新闻学与传播学名家论丛

# 中国电视节目形态通论

中国传媒大学出版社

出 版 人：蔡 翔
责任编辑：李艳华
封面制作：魏 东

◎电视节目形态是指由题材、叙事、视听等元素构成的电视节目内容与形式的有机统一体。中国电视节目形态可划分为新闻、社教、文娱、剧情四大类，具有限定性、周期性、复制性、流动性四大特性，创新方式有模仿、借鉴、孵化、嫁接四种。其价值取向与中国特色社会主义电视文化的前进方向一致，主要体现在本土化、娱乐化、民生化、人文化四个方面。

◎本书从定义、分类、主要特征、历史源流等方面对中国电视节目形态进行了系统阐释。作为集中研究中国电视节目形态之作，本书具有理论创新价值、实践应用价值和历史文献价值。

上架建议：新闻传播类·影视类

ISBN 978-7-5657-0266-2




定价：58.00元

闻学与传播学名家论丛

# 中国电视节目形态通论

中国传媒大学出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

中国电视节目形态通论/孙宝国著. —北京:中国传媒大学出版社,2011.7
ISBN 978-7-5657-0266-2

Ⅰ.①中… Ⅱ.①孙… Ⅲ.①电视节目—研究—中国 Ⅳ.①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 125519 号

**中国电视节目形态通论**

| | |
|---|---|
| **作　　者** | 孙宝国 |
| **责任编辑** | 李艳华 |
| **责任印制** | 范明懿 |
| **封面制作** | 魏　东 |
| **出 版 人** | 蔡　翔 |
| **出版发行** | 中国传媒大学出版社 |
| **社　　址** | 北京市朝阳区定福庄东街 1 号　**邮编**:100024 |
| **电　　话** | 86—10—65450528　65450532　**传真**:65779405 |
| **网　　址** | http://www.cucp.com.cn |
| **经　　销** | 全国新华书店 |
| **印　　刷** | 北京中科印刷有限公司 |
| **开　　本** | 787×1092mm　1/16 |
| **印　　张** | 19 |
| **版　　次** | 2011 年 12 月第 1 版　　2011 年 12 月第 1 次印刷 |
| **书　　号** | 978-7-5657-0266-2/G·0266　**定　　价**　58.00 元 |

# 目 录 Contents

# 第 1 章 中国电视节目形态概说

## 第一节　中国电视节目形态的概念界定

### 一、定义

电视节目形态是指由题材、叙事、视听等元素构成的电视节目内容与形式的有机统一体。[①] 换言之，所谓电视节目形态，是电视节目具有的外在形式或内在的、本质的必然联系的外在表现，是电视节目外在表现与内在机理的统一。从哲学上讲，内容与形式本身就是辩证统一的，没有无内容的形式，也没有无形式的内容。

由字面理解，"形态"一词中的"形"可理解为形式，"态"可理解为状态或神态，"形态"可解释为"形式的状态"。

从历史来看，"形态"一词，取自文学艺术理论。在中国最早见诸唐代张彦远的《历代名画记》卷九："（冯绍正）尤善鹰鹘鸡雉，尽其形态。"在这里，"形态"的意思是指画作中所描摹形象的外貌形状以及所表现出来的神采情趣。

就当今而言，"形态"一词，在社会诸领域特别是人文领域的应用十分广泛。其中，最司空习惯的用法莫过于以"形态"为主词的诸多专有名词，

① 孙宝国：《关于电视节目形态的创新》，载《现代传播》2007 年第 2 期。

如“历史形态”、“社会形态”、“政治形态”、“经济形态”、“意识形态”、“宗教形态”、“文明形态”、“文化形态”、“频道形态”、“栏目形态”、“节目形态”等。

作为当今世界上传播范围最广泛、传播效果最理想的主要面向家庭的大众传媒，电视的基本功能是通过电视节目的生产和传播，使观众既能获取及时有用的资讯，又能得到积极有益的娱乐。而要更多、更快、更好地生产和传播电视节目，就要研究由题材、叙事、视听等内容元素和形式元素结构而成的电视节目形态。

20 世纪 90 年代以来，由于传媒环境和观众需求的变化，人们越来越认识到“研究节目实际上主要就是研究节目形态”①。电视节目形态具有电视节目“程序软件”的性质。

电视节目形态的概念是在电视节目发展的新阶段，也即在电视节目极大丰富的时期应运而生的，它是认识现阶段电视节目状况所需要的理论工具，也是电视节目生产实践新发展在理论上的反映。

电视节目形态可以跨越语言和文化的界限在世界各地得到运用。为了达成这一目标，一个电视节目形态往往包含制作一档电视节目所需涉及的所有内容元素和形式元素。这样，全球各地的电视节目制作人就可以基于本地的社会文化背景，将某一电视节目形态本土化，按照其模式制作本地电视节目。一般来说，一个电视节目形态创意要经过多个测试、试播环节并在商业播出中取得成功之后，才能最终成为可以在市场上进行交易的电视文化产品。

通常，电视节目形态包括书面形态和电视形态两种。书面形态也称“bible”，中文译为“宝典”，它是电视节目形态引进的核心资料，详述一个节目形态操作的方方面面：从节目创意、宗旨，到节目环节、步骤、人员配合，甚至连邀请函书写方式、保险事项、财务管理等都有所涉及。一个复杂的电视节目书面形态往往厚达上百页。书面形态是电视形态的雏形，在经过一系列试验和实际制作之后，书面形态才能最终转换为电视形态。

在电视节目制播实践和学术研究活动中，除了电视节目形态这一概念，还经常出现“电视节目样式”、“电视节目模式”等相近的提法和表述。② 在大多数语境下，这几个概念可以作为近义词甚至同义词来使用，通常不会产生太大歧义。但严格来说，在个别语境下，“电视节目形态”、“电视节目样式”、“电视节目模式”这三个概念之间的差异还是显而易见的。

---

① 李幸：《大众立场——李幸电视批评文集》，中国社会科学出版社 2005 年版，第 91 页。

② 孙宝国：《电视节目三大概念》，载《中国广播电视学刊》2009 年第 10 期。

电视节目模式作为“对某种电视节目类型下特定的具体电视节目样式的统称”①，拥有可以遵循和复制的一整套电视节目运作程序和规范。因为“‘模式’在本义上，是一种成熟的、经过考验和验证的，有稳定的内在规定性与外在指向性的标准样板，具有特定的规则和套路”②，所以与相对抽象的“电视节目形态”概念相比，“电视节目模式”概念更强调版权色彩和商业意味，“其核心是一套‘标准化’的操作文本，这套文本更多地强调‘制作方法’而非‘内容本身’”③。譬如，如果说电视真人秀是一种节目形态的话，那么《美国偶像》和《幸存者》的市场化“操作模板”便是其电视节目模式。

电视节目样式作为具体的某个电视节目的式样，是指所创制的某一具体的电视节目的最终呈现结果。譬如，《美国偶像》和《幸存者》本身就是两个具体的节目样式。

一般来说，电视节目样式虽然往往源自某种节目形态，但仍有可能对该节目形态有颠覆作用，甚至导致质的规定性的改变，直至开创一种新的电视节目形态。需要说明的是，个别的电视节目样式通常不会开创一种新的电视节目形态，只有以某个电视节目模式为样板的多个电视节目样式的累积，才有可能开创一种新的电视节目形态。

从理论上说，电视节目模式和电视节目样式可以千差万别，其中产生的创意无限，而电视节目形态的演变则要相对稳定得多。

## 二、分类

中国电视节目形态一直处于不断地建构与解构的过程中，其分类和命名只能是相对的合理、动态的平衡，并取决于人们分析电视节目形态的角度和研究电视节目形态的范畴。

### (一)传统的分类

在电视传播实践中，由于出发点和侧重点不同，中国电视节目形态的传统分类方法主要有以下八种。④

一是根据节目来源，可分为自办节目形态、联办节目形态、交换节目形态、转播节目形态、联播节目形态等。

二是根据选题范围，可分为综合节目形态、时政节目形态、经济节目形态、综艺节

---

① 雷蔚真:《电视策划学》,中国人民大学出版社 2008 年版,第 153 页。

② 胡智锋:《电视节目策划学》,复旦大学出版社 2006 年版,第 98 页。

③ 郭镇之、邓理峰、张梓轩等:《第一媒介——全球化背景下的中国电视》,清华大学出版社 2009 年版,第309 页。

④ 孙宝国:《中国电视节目形态研究》,新华出版社 2007 年版,第 4 页。

目形态、医药节目形态、文教节目形态、体育节目形态等。

三是根据观众需求，可分为一般型节目形态、综合型节目形态、专题型节目形态、对象型节目形态等。

四是根据观众是否参与，可分为有观众参与节目形态和无观众参与节目形态。

五是根据是否有主持人，可分为有主持人节目形态和无主持人节目形态。

六是根据传播区域，可分为国际节目形态、国内节目形态、地区节目形态等。

七是根据是否虚构，可分为虚构性节目形态和非虚构性节目形态。

八是根据节目内容，可分为新闻节目形态、谈话节目形态、文艺节目形态、知识节目形态、教育节目形态、服务节目形态等。

### (二)本书的分类

扫描当今世界和中国的电视屏幕，所有的电视节目形态划分方法都显得不够确切，原因是各种电视节目元素开始在各种电视节目形态之间互相渗透，内容元素与形式元素的嫁接和融合逐渐成为电视节目形态创新的一种本体策略。

基于电视节目形态正从“内容为王”的时代进入“元素为王”的时代这一判断，本书将中国电视节目形态划分为新闻、社教、文娱和剧情四大类。

新闻类电视节目形态包括电视消息、电视连续报道、电视系列报道、电视专题报道、电视新闻调查、电视新闻述评、电视新闻现场直播等。

社教类电视节目形态包括电视纪录片、电视谈话节目、电视体育节目、电视少儿节目、电视服务节目、电视广告节目等。

文娱类电视节目形态包括电视文艺节目、电视晚会节目、电视综艺节目、电视游戏节目、电视益智节目、电视真人秀节目等。

剧情类电视节目形态包括电视直播剧、电视单本剧、电视连续剧、电视系列剧、电视情景喜剧、电视栏目剧、电视电影、电视动画片等。

## 第二节　中国电视节目形态的主要特性

中国电视节目形态具有限定性、周期性、复制性、流动性等四大特性。

### 一、限定性

中国电视节目形态的限定性，是指制作者通过自觉的设置，对节目内容和形式做

出的比较明确的限制。“它在节目创意阶段即开始形成，在节目制作过程中为所有工作人员知晓，并在制作过程中予以贯彻执行。”①

这种限定性，可细分为内在规定性和外在指向性两个方面：内在规定性由一系列的理念、程序、结构、规则等构成，是形态生发审美空间与艺术创造的内在张力；外在指向性由时代精神、价值取向和生活变迁等构成，是形态实现与时代同行、与社会同步的外在动力。内在规定性和外在指向性共同构成的限定性规范着电视节目形态的创新品质。

当谈到电视节目形态时，人们首先想到的是各种限定性。限定性是形成电视节目形态的重要前提，没有限定性就没有电视节目相对固定的形态特征。电视节目形态的限定性有一个不能突破的极限，如果这个极限被突破了，这种形态也就瓦解了。从电视节目形态发展的实际情况来看，限定性在逐渐增强，这是电视节目工业化和市场化生产的客观需要，是电视传媒在信息时代的必然选择。

在今天，电视节目形态的空白领域越来越少，每一领域都有很多同题材的节目相互竞争，需要每个节目形态都具有自己的差异化优势，而且无论观众还是制作者都很难在一个电视节目形态自然形成差异化优势的漫长过程中等待。所以，在电视节目形态研发过程中就加以限定，成为普遍的操作方法。

明确的限定性，有利于电视节目形态的标准化生产。如今的电视节目，大多属于一次性的文化消费品，具备一般水平的从业者经过短时间的训练之后就能够批量生产。如果有明确的标准化元素，对内容和形式有较强的限定性，电视节目的生产就更容易统筹和协调。

明确的限定性，有利于观众迅速形成对电视节目形态的辨识性记忆。在电视节目形态日益多样化的时代，观众面临的选择越来越多，一个面目模糊的节目形态既不容易识别，更不容易记忆。在电视节目市场供大于求之后，观众成为稀缺资源，电视节目形态要依靠品牌来吸引观众，因为如果不能被迅速辨识和记忆就很难形成品牌，其核心竞争力的形成会较为缓慢。而在激烈的竞争环境下，等待一个节目形态逐渐成熟和稳定的机会已经很少了，一个不被观众识别的电视节目形态自然没有市场号召力，媒体经营者也不会给它足够的时间去慢慢成长。相反，一个限定性较强的电视节目形态的内容和形式都极易辨认，获得市场的认可相对容易得多。

明确的限定性，有利于电视节目形态的多样化生存。众多的电视节目形态都在同

---

① 张小琴、王彩平：《电视节目新形态》，中国广播电视出版社 2007 年版，第 6 页。

一个大的范围内自由活动，仅仅依靠研发者的个人意愿来形成节目形态的特征，是不可想象的。每一个节目形态的限定性强一些，就可以有很多节目形态同在一个领域内共生，每个差异化的节目形态的限定性恰恰可以达到整体的多样化生存。

明确的限定性，有利于电视节目形态的差异化生存和竞争。按照“切蛋糕”的方式进行节目定位，可供划分的条块终究是有限的。如果一个节目只是标定范围，而范围又比较大的话，节目形态之间的相互覆盖不可避免。所以，即便是非常小的题材领域，对于内容非常相似的内容，也要竭尽全力地加以区隔，明确各自的差异元素。

事实上，电视节目形态的创新，一定程度上就是寻找新的形态限定方式，以使此节目形态与彼节目形态有所差异。

## 二、周期性

在市场经济条件下，品牌有其自身的生命运动规律，业界通常称这种规律为品牌生命周期。完整的品牌生命周期依次经历导入期、知晓期、知名期、退出期四个阶段。品牌的更新换代和品牌创新，是企业竞争的核心内容。在品牌生命周期的各个阶段，品牌的认知程度各不一样。品牌认知可用在购买不同品牌的同类产品的消费者中优先选择该种品牌的人数所占的百分比来衡量。

与一般意义上的品牌相类似，电视节目形态演进也要经历导入期、知晓期、知名期、退出期四个阶段。一般情况下，在不同的发展阶段，电视节目形态及其观众有着不同的特征：在导入期，节目制作相对粗糙，知名度低，观众不仅规模小而且往往忽视节目，必须不断改变节目设计，说服观众；在知晓期，节目质量、节目影响提升，观众规模扩大，忠实观众增多；在知名期，节目质量稳定，节目风格定型，忠实观众规模不再增长；在退出期，同类节目差异小，不能满足观众变化的需求，观众开始感到厌倦，流失增多。

电视节目形态的研发者应该针对节目发展的不同阶段及各阶段观众的特点，进行节目形态创新：在处于导入期和知晓期时，创新的重点在于节目形态的微调改进；知名期是节目形态的收获期，观众收视规模和结构都进入了较为理想的状态，资源积累和价值积累也达到峰值，因此需要努力延长节目的知名期，保持知名期节目的内在生命力和外在吸引力，延续其在观众中的影响力和号召力；而当节目形态进入退出期时，则无论节目形态的知名度如何高，历史如何辉煌，都应该考虑进行大幅调整。

对于不同的电视节目形态而言，其发展模式不尽相同，生命周期长短亦不同，表现为品牌市场生命周期曲线上的不同图形特征。必须明确的是，由于大多数电视节目形

态可塑性强，在一个生命周期结束之后，通过“注入新的血液，以转化为新的导入期”[①]，可以实现节目形态的二次生长和多次生长。

中国电视节目形态的生命周期平均是三年时间，有的甚至不到一年。这从一个侧面提醒研发者，一方面要有创新的激情和勇气以及容忍失败的胸怀和心态，另一方面在以变求胜的急切和功利面前，还要有一份坚守和包容，不能把“变”作为解决所有问题的灵丹妙药，要自信、自主、自觉，大气、大度、大方，以一种昂扬的状态，为中国观众提供越来越多的生命周期更长的电视节目形态。

需要指出的是，不少中国电视节目形态的出现是引进境外成熟的电视节目形态的产物。这就需要在一个非常短的时间内，把收视率急速拉升到一个较高的水平。境外电视节目形态可能与本土观众的收视习惯和收视心理之间有一定的差距，而这个差距的大小，就有可能决定了这种节目形态的生命周期。譬如，中国内地从境外先后引进的一些电视真人秀节目，尽管在短时间内达到了收视巅峰，但大都迅速进入了退出期。一般说来，越是本土化的、越是原创的电视节目形态，其生命周期就可能越长。

## 三、流动性

虽然具有限定性，但电视节目形态又不是固定不变的，而是具有流动性，各种节目形态之间是能够相互渗透交融的：母形态在改变着，子形态在衍生着，新形态在生成着。“在某些时候那些看起来‘标准的’、‘可接受的’和‘常规的’东西，几年以后就会变得陈腐、过时，不再能被接受。”[②]

电视节目形态从来就是一个动态的概念。随着数字时代的到来和新媒体的方兴未艾，一个融多种视听手段于一体的大电视节目形态的概念正在形成。

进入新世纪以来，中国内地电视节目形态大都引入了互联网元素。譬如很多电视节目形态中都辟有网络新闻板块，以将互联网数据、图像和交互过程等直接植入节目，增加信源的宽泛度和信息的综合性。再譬如将互联网的点击引入电视屏幕，在节目中利用互联网进行即时互动，拓宽观众的参与面，增强节目内容的交互性和选择性。

而以电脑屏幕为视听界面的网络电视新媒体，更是频频牵手传统电视，抢占内容“蓝海”，“电视 2.0”的概念应运而生。“可以预料，只要网络视频技术达到电视的模拟

---

① 胡平娟:《电视品牌建设的生长周期》，载《新闻前哨》2005 年第 5 期。

② 〔英〕大卫·麦克奎恩:《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》，苗棣、赵长军、李黎丹译，华夏出版社 2003 年版，第 24 页。

技术水平，电视在媒体中的龙头地位将会被终结。”[①]网络电视节目形态的内容大量取自传统电视，而“在传播方式上实现从传统的以台网为核心的中心辐射型传播，转变为以每一位观众为节点的互联式传播”[②]，从而形成了对网民特别是年轻网民更具吸引力的全新的网络电视节目形态。

随着中国移动通信从 2.5G 向 3G 的全面演进，手机正迅速成为继电影、电视和电脑之后的第四块屏幕。

以传递信息和观念为目的的简短资讯化的消息和访谈类视频娱乐节目已成为手机电视、网络电视、IPTV 和移动电视等新媒体正在开发的节目形态之一。把传统电视节目经过简单的剪辑就搬到手机电视、网络电视、IPTV 和移动电视上，不利于充分发挥这些新媒体在信息获取即时性、信息体验多媒体性和信息交流互动性等方面的特点，因此，应该综合新媒体的特性，对视频节目形态不断进行改进和重构。[③]

总之，随着数字技术的发展，传统的电视概念将加快向包括传统电视、手持电视、网络电视、IPTV 和移动电视等在内的大电视概念过渡，传统电视节目形态与视听新媒体节目形态将日益呈现融合之势，大电视概念背景下的视频节目在数量上会以几何级数增加，在节目形态上亦会以几何级数衍生，不断发生质变。

### 四、复制性

一般说来，在经过一系列测试和实际播出之后，一个电视节目形态异地复制之后往往也能够获得成功。购买和移植电视节目形态，已经成为普遍的市场操作行为。[④]

需要指出的是，并非所有的电视节目都具有形态意义。有些电视节目刚一推出可能就意味着一种新的节目形态的诞生；而那些复制而来的电视节目只是增加了同形态节目的数量而已；至于那些粗制滥造的电视节目，则对同形态节目的良性发展构成严重危害。先进的形态设计本身就是电视节目生产经验和创意的精华所在。

## 第三节　中国电视节目形态的创新方式

就电视节目形态而言，有相对稳定性的内容和形式元素才会有形态的相对稳定

---

① 李挺：《北京奥运——电视体育的机遇与遗产》，载《电视研究》2008 年第 8 期。
② 陈怡：《视频新闻——新的传播通道》，载《视听界》2007 年第 3 期。
③ 车佳桓：《手机电视对电视节目形态的变革》，载《声屏世界》2007 年第 3 期。
④ 孙宝国：《版权营销：节目创收制胜之道》，载《视听界》2010 年第 1 期。

性；而就一个节目形态与其他节目形态的关系而言，还需要有内容和形式元素的差异，才能彼此区隔。无论从哪个方面来说，都需要创新电视节目形态。

中国电视事业诞生50余年来，电视节目形态经历了一次次裂变。每一次裂变，都生动地反映了中国政治、经济、文化和社会日新月异的发展进步，深刻地揭示了中国电视节目形态承前启后的演化规律。而认识、掌握和运用电视节目形态演化规律的过程，总是与一系列创新如影随形。一种新的电视节目形态的诞生，并不意味着万事大吉、一劳永逸。要想长久地吸引观众的眼球、赢得观众的美誉，电视工作者还需运用世界眼光，与时俱进地创新电视节目形态。

在对已知的、显在的电视节目形态的内容元素和形式元素进行充分认识、全面掌握和灵活运用的同时，以相同的态度去认识、掌握和运用未知的、潜在的内容元素和形式元素，譬如新技术带来的新的制播手段、新媒体带来的新的呈现方式等，更具挑战性和创新性，更值得电视工作者密切关注和深入开掘。

在创作实践中，中国电视节目形态的创新方式不外乎模仿、借鉴、孵化、嫁接四种。

## 一、模仿

广义的创新，包括模仿式创新和自主式创新。模仿是现实世界广泛存在的现象，模仿不等于完全复制。事实上，人类大部分知识都是学习和模仿他人得来的。模仿式创新和自主式创新一样，都是电视节目形态创新的策略之一。采用模仿式创新的电视节目形态并不必然地逊于采用自主式创新的电视节目形态，因为节目形态的相互模仿是自然而然的事情，尤其是现代大众传媒高度发达的情况下。任何一种成功的电视节目形态，都有其深刻的内在原因和独特之处。同时，与自主式创新相比，模仿式创新可以节省前期市场开发中的成本，降低市场风险，增强传媒产品竞争力。因此，模仿式创新是电视节目形态创新最常见、最有效的方式之一。

"无传承便无创新，只传承无变异生命便停滞，创新便无从产生。"①电视节目形态的模仿式创新，首先表现在电视传媒对电影、报刊、广播产品形态的传承和变异上。

在电视传媒诞生和发展的早期，电视节目的形态是简单粗糙的，它受电影、广播和报刊的影响很大，而体现自身传媒特性的东西还不多。最初的电视节目形态是在借鉴电影、报刊和广播产品的内容元素和形式元素的基础上进行电视化。后来，随着电视传媒的发展，电视从业人员开始根据电视传媒自身的特性，不断完善电视节目形态的

① 仲呈祥、张应辉：《传承与变异——电视艺术美学研究管窥》，载《光明日报》2004年8月18日。

内容元素和形式元素，变异出电视传媒特有的节目形态。

电视节目模仿电影、广播和报刊产品形态的事例不胜枚举。许多电视节目形态都有电影、广播和报刊产品形态的基因，如电视电影就是电视模仿电影的结晶。电视传媒通过对其他传媒的模仿，能够以较少的人力、财力和物力，迅速研发出新的电视节目形态，取得较好的传播效果，实现社会效益和经济效益的双丰收。

电视节目形态的模仿式创新，还体现在对其他电视节目形态内容元素和形式元素的传承和变异上。

信息全球化的时代，是资源共享的时代。境外已然成功的包括策划、制作、播出、营销等环节在内的电视节目形态设计模版，也是一种宝贵资源。譬如目前人们耳熟能详的电视节目形态，其中许多都是欧美日等国家与中国香港和台湾地区的原创。在世界范围内，电视节目形态的传播有一个大致的路径，即北欧——美国——日本——中国香港和台湾地区——中国内地：美国模仿北欧国家的电视节目形态；日本模仿美国的电视节目形态；中国香港和台湾地区模仿日本的电视节目形态；中国内地模仿中国香港和台湾地区的电视节目形态。不过，进入新世纪以来，中国内地电视媒体模仿境外新兴电视节目形态的速度已几乎与母版同步了，换言之，中国内地电视节目形态的发展变化已经与国际接轨。

模仿国外以及中国香港和台湾地区的经过检验且相对成熟的电视节目形态的内容元素和形式元素，应该说无可厚非，因为创新风险低，成功几率大，往往比自行研发与试验原创电视节目形态省时、省人、省钱、省力、省心。问题的关键是要注意汲取境外电视节目形态的灵魂和精华。

中国内地电视节目形态的模仿式创新，首先表现在剧情类电视节目形态上。

曾经留学美国学习戏剧的导演英达在 20 世纪 90 年代初便开始走上了制作模仿剧这条捷径，并且很受欢迎。他并不讳言其制作的每一部片子都是以国外成功的案例作为范本，如《我爱我家》的摹本是《全家福》、《中国餐馆》的摹本是《干杯》、《家有儿女》的摹本是《成长的烦恼》、《闲人马大姐》的摹本是《罗珊妮》、《欢乐青春》的摹本是《朋友们》等。

除了英氏影视艺术有限责任公司直接模仿美国情景喜剧外，在中国内地电视系列剧创作中，也有一些带有明显模仿色彩的电视剧，如《永不放弃》模仿《急诊室的故事》、《危情 24 小时》模仿《24 小时》、《好想好想谈恋爱》模仿《欲望城市》、《美丽主妇》模仿《疯狂的主妇》、《大宋提刑官》模仿《犯罪现场》、《远东第一监狱》模仿《越狱》、《丑女无敌》模仿《丑女贝蒂》、《加油，优雅！》模仿《傻女孩不能上天堂》等。

2001年播出的20集电视系列剧《永不放弃》通过发生在某医院急诊科里的一个个鲜活的事件，通过每一个事件中个人和急诊科医护人员的行为，从多个侧面表现了剧中人物在现代生活中的生存状态。《永不放弃》的编剧罗点点直言不讳："《永不放弃》是我照着美国电视剧的模式编出来的。"①

2004年播出的32集电视系列剧《好想好想谈恋爱》被称为中国内地版的《欲望城市》，反映了都市单身女性的爱情故事。这部剧与《欲望城市》在角色设置、人物性格和命运发展等方面都非常相似，导演刘心刚也认为："从题材、主题、叙事结构、节奏、影像风格上，我们都从《欲望城市》找到了风格模式的参照点。"②

2005年中央电视台播出的电视系列剧《大宋提刑官》比较成功地模仿了美国医疗系列剧和侦探系列剧的某些创作手法。导演阚卫平在谈到《大宋提刑官》的创作手法时表示："如果按照一般的古装戏拍，不能体现出悬疑推理的特点，所以，我借鉴了美国《犯罪现场》的拍摄手法，采用了闪回、电脑物技等手法，我给这部戏的定义就是'首部古装纪实悬疑剧'。"③

2007年在上海东方电视台电影频道播出的电视系列剧《远东第一监狱》的制片人周冰冰也毫不避讳："该剧的拍摄初衷就是受了美剧《越狱》在中国大热的启发，想做一个中国越狱的题材，于是将时代背景放到了20世纪二三十年代的白色恐怖时期，讲述共产党员在特务遍布、屠刀林立的大上海，营救被捕地下党员的故事。不但将故事主题提升到红色主旋律的高度，又巧妙地将《越狱》的概念贯穿全剧。"④

2008年9月28日晚，湖南卫视改编自墨西哥电视系列剧《丑女贝蒂》的自制电视系列剧《丑女无敌》第一季开始在湖南卫视金鹰剧场首播，播出期间最高收视份额达到9.7%，在引发网络口水战的同时也创下湖南卫视自制电视剧的收视奇迹，林无敌的丑女励志概念也一度成为当年热门的文化现象之一。湖南卫视趁热打铁，从2009年1月12日开始在湖南卫视推出第二季，力争让"丑女"的热度不减。

2009年，上海文广新闻传媒集团与北京慈文影视联手打造中国内地首部季播时尚励志电视系列剧《加油，优雅！》。该剧从2009年暑期开始在上海东方卫视独家首播第一季40集。这部共200集的系列剧改编自墨西哥热播系列剧《傻女孩不能上天堂》。

---

① 佟彤：《大将罗瑞卿的女儿罗点点——从急诊室走出的写作者》，载《北京晨报》2001年12月23日。

② 潘昕：《"克隆剧"也看会抄不会抄 业内人士称无伤大雅》，载《新闻午报》2005年2月24日。

③ 任嫣：《分段播出吊胃口 〈大宋提刑官〉借鉴美剧》，载《北京娱乐信报》2005年6月3日。

④ 潘昕：《〈远东第一监狱〉开播 中国版〈越狱〉不和美剧对决》，载《新闻午报》2007年9月24日。

而在中国内地文娱类电视节目形态中，模仿式创新的例子也是不胜枚举。

1994年10月23日，北京电视台模仿日本电视节目形态，经过本土化改造，开办了集游戏、益智、动物秀和真人秀于一体的《东芝动物乐园》。该栏目开播12年，在全国电视观众中产生广泛的影响。

1997年7月11日，湖南电视台的《快乐大本营》栏目开播，迅速在全国刮起一股快乐旋风。

1999年1月2日，北京有线电视台的《欢乐总动员》栏目在一片欢乐气氛中亮相。

随后，全国各大电视媒体竞相抢滩这个刚刚开发出来的娱乐市场，比较知名的电视游戏节目还有江苏卫视的《非常周末》、东南卫视的《开心一百》等。

1998年1月24日，上海东方电视台推出全国婚恋交友类节目《相约星期六》。[①] 该节目一直播出到现在，是该类节目中少有的长寿节目。

1998年7月16日，湖南电视台的婚恋交友类节目《玫瑰之约》开播。制片人贺大明称“节目对台湾的《非常男女》有所借鉴，融合了综艺、谈话、服务等各种节目形态，目标是既有欣赏价值又有实用价值，有服务性也有娱乐性”[②]。《玫瑰之约》拥有过遥遥领先的收视率，曾在一年内为湖南电视台带来2000至2500万元的广告收入。从1998年开播至2003年停播整改的5年间，《玫瑰之约》配对成功了上千对恋人，其中有200余对踏上了红地毯，步入了婚姻殿堂，并诞生了50余个“玫瑰宝宝”，《玫瑰之约》一时间成了全国最具号召力的电视红娘。

继《相约星期六》和《玫瑰之约》之后，中国内地涌现了30余档同形态节目，如北京电视台的《今晚我们相识》、海南电视台的《男女当婚》、陕西电视台的《好男好女》、重庆电视台的《缘分天空》、福建有线电视台的《真情相约》、武汉有线电视台的《相思树下》、辽宁电视台的《一见倾心》、吉林电视台的《浪漫之旅》、河北电视台的《心心广场》、河南电视台的《谁让你心动》、北京有线电视台的《浪漫久久》等。

中央电视台2001年创办的《百家讲坛》栏目火了以后，全国随即涌现了一批类似栏目，如北京电视台的《中华文明大讲堂》、上海电视台纪实频道的《文化中国》、江苏电视台城市频道的《万家灯火》、安徽电视台公共频道的《新安大讲堂》等。

2002年2月，英国 Fremantle Media 制作的电视选秀节目《流行偶像》在英国独立

---

① 中国内地最早开办的婚恋交友类电视节目是1988年山西电视台开播的《电视红娘》。据该节目策划人李忠莲回忆，当时在电视上做了3个月的宣传，才有一位忻州庄磨镇南张村的小伙子来报名，而当第一位女性出现在节目中自我介绍时，立即引起轰动，随即引发了围绕这位勇敢的姑娘所展开的道德群议。

② 杨晓凌：《解码电视湘军》，中国传媒大学出版社2009年版，第193页。

电视台首度播出。该节目将传统才艺表演元素与电视纪实元素相结合，为一些梦想一夜成名的年轻歌手提供了向观众展示才艺的舞台。这种节目形态很快引入美国，就出现了 2002 年 6 月由美国福克斯电视网制作播出的《美国偶像》。这种节目形态流传到中国内地，就催生了湖南卫视的《超级女声》。

这些模仿电视节目形态与母版电视节目形态不仅节目内容、环节设置，甚至连节目名称都毫无二至或大同小异。譬如，中国台湾地区的电视综艺节目《康熙来了》走红之后，中国内地一时间曾涌现不少模仿节目，名字也是依葫芦画瓢地复制过来：《唐熙来了》源自主持人蔡康永和徐熙娣的名字，于是中国内地就有了湖南电视台的《娜可不一样》（主持人刘娜、马可）和上海电视台的《非李不可》（主持人李湘、马可）、《太可乐了》（主持人曹启泰、胡可、乐乐）。对于中国内地电视节目形态的这种亦步亦趋的模仿之风，有学者曾有如下评价："浮华有余，真趣奇缺，资源浪费不少，价值创新无多，过眼即成烟云，隔年不如鸡肋。"[①]

需要指出的是，"模仿不并必然意味着侵犯别人的知识产权或对国外产品的克隆，模仿也可能是合法的"[②]。模仿式创新一般不构成侵犯知识产权的行为。模仿式创新与全盘照抄式单纯的仿制或克隆是有区别的。单纯的仿制或克隆通常不含有自己特有的创新成果；而模仿式创新虽然不是从零开始，但却有自身的专门努力和由此产生的独到之处。模仿式创新通常会涉及专利技术、技术秘诀、商标和合作权等类的知识产权，在知识产权所覆盖的地区和市场中，作为模仿一方的电视媒体只要依据《著作权法》、《反不正当竞争法》等相关法律，按适当的方式给模仿标本的版权所有者以符合法律、双方认可的物质和精神补偿，就不会构成侵权。而实践证明，电视节目形态版权交易双方完全有可能实现双赢的目标。

电视节目形态版权意识的出现，是电视内容产业发展的必然结果。从节目形态版权提供方来说，流通链条缩短，盈利空间增大，同时因其保护原创，也是对电视节目形态版权和知识产权的尊重；从电视节目形态版权购买方来看，虽然要付出一定额度的版权费，但较之于从零开始的研发以及不可预知的市场，这是一个提高投入产出比的有效途径。

中国内地电视业界在模仿境外电视节目形态的操作中，绝大多数都不是全盘照搬，而是进行了不同程度的本土化改造，其中不乏成功案例。譬如，中央电视台的《开

---

① 陆地、高菲：《包围、突围或入围——2009 年中国电视产业市场大趋势》，载崔保国：《2009 年：中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社 2009 年版，第 229 页。

② 谢伟：《模仿的定义、重要性及其分类》，载《科学管理研究》2008 年第 3 期。

心辞典》虽然是以英国独立电视台《谁想成为百万富翁》为制作蓝本，却对保持节目形态的文化可适性和结构新颖性的问题非常注重，从“家庭梦想”理念的设计到某些专场比赛，无不体现着节目主创人员的本土化努力。

## 二、借鉴

中国电视节目形态的借鉴式创新主要体现在电视传媒对文学、艺术和其他兄弟传媒的借鉴上。这种创新使电视传媒有可能以较少的人力财力物力，取得较好的传播效果。

中国电视节目形态对中国古代、现代、当代文学的借鉴以电视剧最具代表性。

中国电视剧对中国文学的借鉴，首先体现在题材类型方面。中国文学在长期的发展过程中，形成了多种题材类型，如传奇小说、武侠小说、神怪小说、公案小说等，这些类型都被移植到中国电视剧创作之中，其中传奇题材的如《曹雪芹》、《荀慧生》，武侠题材的如《射雕英雄传》、《神雕侠侣》，神怪题材的如《西游记》、《封神榜》、《聊斋志异》，公案题材的如《包青天》、《神探狄仁杰》、《大宋提刑官》等。

中国电视剧对中国文学的借鉴，还表现在叙事方式方面。其中章回体小说的结构方式对中国电视剧影响深远。而在具体表现手法上，中国电视剧对中国文学的借鉴就更多，如文学创作中强调悬念、巧合和矛盾冲突，“起承转合”、“先抑后扬”、“花开两朵，各表一枝”、“大团圆结局”等手法都是基本的电视剧叙事策略。

中国有着深厚的艺术传统，许多电视节目新形态往往吸收以曲艺和戏剧为代表的传统艺术的精华，在现实与历史的交融中吸引观众的眼球。

重庆卫视的电视法制节目《拍案说法》最大的特色就在于以纪实性叙述风格展示案发现场，知情人参与拍摄演绎精彩案例，主持人以说书人的身份引领观众进入法制世界。该节目自 2000 年 6 月 19 日开播后，凭借极强的故事性以及主持人集知情人、说书人和谈话人三重角色于一身的独特风格，很快赢得了观众的喜爱和好评。

吉林卫视的《老乡话东北》栏目也是借鉴评书艺术的成功范例。其主要特色就是将反映关东自然景观和风土人情的电视纪录片与吉林省著名评书表演艺术家焦宝如独特的主持风格较好地结合了起来。

中国电视节目形态借鉴舞台剧、电影、广播和报刊等兄弟传媒内容元素和形式元素的事例不胜枚举。

中央电视台经济频道《为您服务》栏目在 2004 年春节期间推出的系列剧《骗术侦探在行动》借鉴了舞台剧的表现方式。栏目的两位主持人王小骞、肖薇和《天天快乐》

栏目的主持人刘云丹从演播室搬进了现代化的"骗术侦探所"办公室，摇身一变成了资深的"骗术侦探"，专门帮助受害人破解各种骗局。节目中所有故事都来自于真实案例，旨在让人了解各类骗子的骗人手段和保护自己的正确方法。节目不是由主持人直接告诉观众什么样的人是骗子、遇到骗子应该如何，而是以短剧的形式，将受害人被骗的经历、骗术侦探对骗局的揭露和解析过程一一由演员演出来，更直观也更易于让人接受。该节目在 2004 年春节期间制作播出了 5 集，收视率颇高，"五一"期间又制作播出了 4 集，反响也不错，创下了《为您服务》栏目当年最高收视率纪录。

2005 年 1 月 31 日，中央电视台体育频道推出了 80 集虚拟体育电视节目《人间体育》。说是虚拟节目，其实也借鉴了舞台情景剧的叙事策略。栏目里有 7 个虚拟的人物，这 7 个人都是《人间体育》栏目的工作人员，并且他们与体育频道的主持人和记者都是朋友。片中的办公室是搭设的假景，7 个虚拟人物也都是由职业演员来扮演的。只不过大部分故事都有一个真实的原型，有一些是根据体育新闻写的，比如迈克尔·乔丹来华访问；有一些则是体育频道记者、编辑的亲身经历，中央电视台体育节目评论员韩乔生就在节目中演了自己的真实故事。新颖的形式和众多体育明星、演艺明星、知名主持人的加盟使《人间体育》节目颇受欢迎。

早期的电视直播剧直接从广播节目中引进了串讲的方式以衔接情节。譬如《一口菜饼子》由角色之一的姐姐回忆串讲，《火人的故事》由一位朝鲜族老汉给三名儿童讲故事来串讲，《江姐》用画外诗歌朗诵形式串讲，《桃园女儿嫁窝谷》由剧中的角色用评书串讲，《窝车》由侯宝林和郭全宝用相声串讲。

电影中的蒙太奇技巧和文学化的叙事方式，戏剧中的对话技巧、冲突与悬念的概念、舞台布景的设计、音乐对气氛的塑造等，都是电视节目形态创新实践中可资借鉴的元素。

## 三、孵化

新的电视节目形态，往往或多或少地保留了一些传统或特别的电视节目形态内容和形式元素的基因。许多新的电视节目形态，是由传统或特别的电视节目形态孵化或派生出来的。

中央电视台第二套节目经济频道 2005 年推出的电视游戏节目《超市大赢家》，原是《生活》和《前沿》栏目在 2004 年五一节、国庆节、春节期间联合推出的假日特别节目，每次连续 7 集播出，引起良好反响，连创三次该频道假日特别节目平均收视第一的佳绩。由于其收视效果较好，在该频道 2005 年 4 月改版时就被常态化，成为一档 70

分钟的周播节目。

常态化后的《超市大赢家》继续倡导"健康生活、理性消费"，将节目的触角深入生活的最前沿，充分展现普通老百姓在生活中的购物技巧和智慧，释放百姓的购物激情，展示不同职业、不同文化、不同地域或家庭的消费技巧和消费观念。节目包括五个环节，分别是考验生活常识的"智能比拼"、比拼生活观察力的"火眼金睛"、考量消费经验的"精挑细选"、体现选手默契程度的"心有灵犀"和较量生活智慧的"争分夺秒"。

同时，正如《幸运52》以商标作为节目积分的道具，将商标巧妙地糅合在节目中一样，《超市大赢家》节目又开辟了商品传播的新形态。当今广告传播中，商品直接进入节目往往会受到很多限制，而《超市大赢家》利用超市的独特优势，将商品道具化，不仅满足了观众的收视需要，普及了商品消费知识，而且使商品的品牌和功能都得到了充分的传播。由于商品不断被节目触及，观众在收看节目的过程中不知不觉地接受了有关商品的信息，加深了对商品的认知，这种传播形式形成了非广告的特殊传播形态，达到了不是广告、胜似广告的传播效果。在遥控器时代，观众总是倾向于跳脱广告时段，唯有将商品信息锁定在节目内容中，才能形成更有效的传播，而将商品锁定在节目内容当中，就是直接锁定观众。

2007年，《超市大赢家》节目启用新名称《快乐主妇》，进一步突出了主妇元素，同时很好地延续了原有的超市元素，以有趣、实用和富有人文气息的环节设置，不断对电视游戏节目形态进行创新，继续保持着对观众的吸引力。

2005年春节期间，中央电视台新闻评论部倾力打造了5集新闻人物类特别节目，并作为《东方时空》特别节目与观众见面。该节目以灵活多变的方式挖掘人物，解读人物，形成了自己独特的风格：既有新闻人物类节目的特质，又轻松耐看，寓访于乐，为节日中的新闻节目增添了喜庆色彩。节目一经播出就在观众中引起较大反响，夺得新闻频道春节期间的收视率之冠。在这一收视效果的基础上，2005年5月1日，在新闻频道开播3周年之际，这一特别节目被打造成该频道一档常态播出的周播栏目，名字就叫《人物秀》。

中央电视台第二套节目2006年8月推出的《购物街》是从《幸运52》2005年长假特别节目中孵化出来的。该节目以价格体验为卖点，结合频道的经济服务特色，把"看商品、猜价格"的价格游戏与丰富的商品、价格知识结合起来，兼顾娱乐氛围和经济服务的功能性要求。该节目推出一个月后，便出人意料地跃升至中央电视台第二套节目的收视率榜首，并且不断刷新收视纪录。

## 四、嫁接

新的电视节目形态，往往也产生于旧有的不同节目形态元素的嫁接，也即交融与整合之中，“而交融、整合中必然产生新质，这便是创新”[①]。嫁接后的电视节目形态往往具有能很快被观众接受的特征。

电视节目形态研发者已经尝试着将几种节目形态元素嫁接在一起，“像《幸存者》这样的电视节目已经混合了游戏节目、沙滩泳装比基尼秀、肥皂剧、奇观节目和探秘节目等多种要素”[②]。

中央电视台 2004 年 4 月 3 日开播的《电影传奇》以“惊现当年事，情动几代人”为宣传语，将电影艺术元素与电视艺术元素巧妙地嫁接在一起，自然而然地凸显了该节目形态的独特审美价值。电影以故事片居多，大都有着很高的艺术观赏价值，尤其是经典老片，其艺术魅力历久弥新，值得反复品味。但随着一批又一批新作品的不断上线，老电影很少再有机会在电影院里被大众消费。而将其嫁接到电视这种诞生在电影之后，比电影有着更多传播优势的大众传媒中，不仅实现了老电影本身及其相关故事和知识的大众化立体传播，又在看似不经意间创新了电视节目形态。正如有学者指出的：“《电影传奇》是电视传媒表现电影的独特形态，电影的专一艺术表现被电视传媒杂糅多样的特性所包容，成为新鲜样式的杂烩传奇。”[③]

中央电视台的《快乐驿站》栏目以“讽刺背后的关怀、辛辣背后的温情”为宗旨，探索全新的电视文体和表现形式，在形态上打破传统报刊漫画的平面局限，有效结合现代电脑绘图技术，加强电视化的技术和艺术表现手段，用电视漫画的手法对传统的相声、小品、歌曲、故事、评书等艺术形式进行重新创作和演绎，为漫画艺术注入新的活力，传播和弘扬传统文化，演绎成符合当下收视习惯的原创电视节目形态。

东方卫视的《舞林大会》所借鉴的《与明星共舞》是英国广播公司的品牌电视节目，每周日晚间黄金时间播出，节目的内核是 8 位不擅长跳舞的名人与 8 位舞林高手配对跳舞并进行 PK，每期节目直播 8 对选手 PK 淘汰的过程，并插播相应的训练过程，让观众见证名人的成长，让观众明白名人的成功也需付出艰辛。节目将娱乐、名人、音乐、竞技、性感、现场等元素巧妙地嫁接，使节目形成了三大看点：一是名人要跳出自己

---

① 仲呈祥、张应辉：《传承与变异——电视艺术美学研究管窥》，载《光明日报》2004 年 8 月 18 日。

② 〔美〕阿瑟·阿萨·伯杰：《眼见为实——视觉传播导论》，张蕊、韩秀荣、李广才译，江苏美术出版社 2008 年版，第 177 页。

③ 周星：《〈电影传奇〉的四个传奇性特色》，载《电视研究》2004 年第 7 期。

熟悉的领域，来接受陌生的挑战，让他们紧张；二是在职业舞者与名人的组合中，职业舞者要表现专业，名人也要展现自己的学习才能，双方都要敬业，并共同成长；三是个人成长历程，每周能看到非职业名人的成长，能鼓励名人更加投入。

在电视剧中，也出现了各种子形态之间相互嫁接的趋向，譬如《激情燃烧的岁月》是军事题材剧与家庭伦理题材剧的嫁接，《幸福像花儿一样》是军事题材剧与言情题材剧的嫁接，《武林外传》是武侠剧、家庭剧、情景剧的嫁接。

在中国内地，新闻类电视节目形态与文娱类电视节目形态的界限正变得模糊起来。

浙江电视台钱江都市频道的大型日播情景喜剧《开心一家门》将电视情景喜剧节目形态元素与电视新闻节目形态元素进行嫁接。该节目每天播出 1 集，以钱塘江畔、老墙面内几户普通老百姓的家长里短为表演内容，表现出与《我爱我家》等北方情景喜剧截然不同的定位和风格。[①]

江西电视台的《传奇故事》则将电视游戏节目、电视资讯节目、电视法制节目等各种元素有机地结合起来，"统一'打包'，整合成符合大众需求的形式。说到底，名字并不重要，重要的在于它是否能满足观众的需求"[②]。有学者将这种节目形态界定为"一档具有社会积极意义和广泛社会学、传播学综合认识价值的大众性新闻节目"[③]。

湖南卫视的"大型礼仪公德脱口秀综艺节目"《天天向上》嫁接了各种节目形态元素来传播中国千年礼仪之邦的礼仪文化，譬如每期节目既有融合脱口秀特点的作为开场的风格各异的嘉宾秀节目形态元素，又有用来演绎和诠释生活中常见的礼仪知识的栏目剧节目形态元素，还有跨国界的嘉宾访谈节目形态元素。

此外，"目前几乎所有形态的电视节目都在自觉或不自觉地采用真人秀节目的表现手段、技艺和元素，以至于服务、教育、财经这些非娱乐性的节目也都与真人秀产生了千丝万缕的联系"[④]。譬如将游戏与纪实这两个过去认为是界限分明的元素嫁接在一起，就诞生了生存挑战类的电视真人秀节目。而这类节目既可以被视为一部画面优美的电视纪录片，也可以被看成富于戏剧冲突的电视连续剧，还可以被当作生动有趣的电视游戏节目，因为它充分调动了电视的各种表现手段，从而开创了一种全新的节目形态。

---

① 国家广播电影电视总局发展改革研究中心：《2006 年中国广播影视发展报告》，社会科学文献出版社 2006 年版，第 214 页。

② 胡智锋、顾亚奇：《〈传奇故事〉的成功之道》，载《中国广播电视学刊》2006 年第 2 期。

③ 靳智伟：《〈传奇故事〉的电视模式化运营》，载《中国广播电视学刊》2006 年第 2 期。

④ 张海潮：《中国电视节目分类体系》，中国传媒大学出版社 2007 年版，第 111 页。

值得注意的是，中国电视节目形态的演进与创新并非单一的替代关系，而是彼此嫁接并在某一阶段呈现出一种螺旋式回归。譬如，在东方卫视的《舞林大会》掀起收视狂潮后，湖南卫视和江苏卫视也纷纷推出《名声大震》和《名师高徒》等明星才艺选秀类电视真人秀节目，将才艺选秀类电视真人秀节目由"平民秀"回归"明星秀"，明星重新成为舞台的主角，并借助自身的明星效应吸引了更多的观众。这种节目形态可以视为电视真人秀节目形态元素与电视综艺节目形态元素的嫁接。

总之，中国电视节目形态一直通过模仿、借鉴、嫁接、孵化等方式处于不断创新的过程中，其意义主要有三：一是在于保证电视节目在市场上拥有容易被市场识别的差异性竞争力；二是在于培养职业电视人的品牌意识；三是在于推进电视传媒的进步与繁荣。

随着整个电视行业竞争程度的加剧，急需提升电视节目形态创新方式的成功率和影响力。这就要求从业人员既要眼观六路、耳听八方，不断了解国内外电视节目形态的创新方式，又要建立科学的创新流程和方法。从国内外电视节目形态创新方式的成功经验来看，节目生产的工作流程中运用了大量先进的管理学、社会学和心理学等学科的理念和方法。电视节目形态的推陈出新，不再仅仅是由电视从业人员独立担当，而是由各行各业专家组成的团队合作完成，以期最大限度地规避创新失败的风险。

社会的发展变化，催生了多姿多彩的电视节目形态创新方式。反之，也只有独具匠心的电视节目形态创新方式，才能生动而准确地反映不断发展变化着的社会和时代。电视节目形态创新方式的发展变化，是与社会和时代的发展变化同步的。然而，仅仅关注到这一层面是不够的，更重要的是，电视节目形态的创新方式，总是随着观众不断日益增长的资讯和娱乐需求而发展变化的。观众不感兴趣，再精巧的创新方式也是没有生命力的。其实，这并不矛盾，因为观众是社会和时代的观众，观众的资讯和娱乐需求，代表着社会和时代的资讯和娱乐需求。这里之所以把观众这一元素特殊提出来，只是为了强调：电视节目形态创新方式的发展变化要适应社会和时代的变化发展，关键在于不断地满足观众日益增长的资讯和娱乐需求。

需要指出的是，目前中国内地电视节目形态在创新方式上所存在的不同程度的同质化倾向，并不能完全归咎于电视从业人员。只有在一个创新行为受到鼓励、创新成果得到承认和保护的社会大环境中，人们的创新热情才有可能得到真正的释放。

电视节目形态创新的专业环境包括严格的知识产权保护制度、完善的产业链、有效的激励机制和良性的市场竞争机制等要素。如果对原创电视节目形态缺乏良好的保护机制，克隆者不用付出原创者那样的艰辛努力，同样有可能获利颇丰，那么就会在

很大程度上挫伤研发者的创新热情。

胡锦涛同志2009年10月9日在北京人民大会堂开幕的世界媒体峰会上的致辞中指出："当今社会，媒体对国际政治、经济、社会、文化等各领域的辐射日益加强，对人们思想、工作、生活等各方面的影响日益深入。正因为如此，对各类媒体来说，树立和秉持高度的社会责任感比以往任何时候都更为重要。"就中国电视传媒而言，通过以内容和形式元素为核心的节目形态创新，不断推出更多的思想性、艺术性、知识性、观赏性相统一的电视节目形态，是中国特色社会主义电视传播根本性质的必然要求，是建设社会主义核心价值体系、促进和谐文化建设、坚持正确舆论导向、满足广大人民群众文化需求、保障人民文化权益、维护国家文化安全、确保电视事业和产业健康发展的必然要求。

## 第四节　中国电视节目形态的价值取向

中国电视节目形态的价值取向，是与中国特色社会主义电视文化的前进方向一致的，具体体现在本土化、娱乐化、民生化和人文化四个方面。

### 一、本土化

中国电视节目形态的本土化取向，就是依据中国本土的特殊国情，立足中国的社会现实，按照中国电视节目形态自身的运行规律，遵循中国电视观众的收视习惯和实际需要，策划、制作、传播具有中国民族特色、气派、风格的电视节目形态。简而言之，就是要通过对本土内容、本土视角、本土叙事、本土包装和本土互动等本土化元素的强化，"用中国百姓喜闻乐见的方式和内容去做节目"①。

要实现中国电视节目形态的本土化传播，就要充分认识到本土化元素的价值。本土化元素是本土经济、政治、文化、社会、生态的具体而集中的反映，其价值主要体现在以下三个方面②：

其一，本土化元素是中国电视节目形态差异化竞争的根本。差异化竞争本是市场营销学的一个术语，意指在激烈的竞争中寻找自己不同于其他对手的特点，从而在竞

---

① 朱旭红：《2009年中国电视现象综述——长江学者、中国传媒大学博士生导师胡智锋访谈》，载《电视研究》2010年第1期。

② 孙宝国：《试论区域性电视节目元素的内涵与价值》，载《电视研究》2006年第9期。

争中保有难以企及的优势。对于中国电视节目形态来说，由于收视主体是本土观众，存在明显的共同文化心理，在节目内容和形式上往往采取本土贴近策略。在本土传播中，节目内容和形式既是节目形态本土特征的体现，又是节目形态取得传播优势的核心竞争力。

其二，本土化元素是中国电视节目形态区域化营销的关键。电视节目既有产品属性，又有商品属性，但电视产品转化为电视商品的前提，是能够被目标观众所接受。从市场的角度来看，并不完全是观众越多，价值就越大。市场的逻辑是：区隔越明显，越有指向性，其价值才越大。顺理成章，对于中国电视节目形态而言，获得最大化市场价值的主要路径，就是实现在中国本土区域内最广泛人群的最大化占据和明显区隔人群的最大化拥有。中国本土观众的共性是客观存在的，把握共性的表现特色，中国电视节目形态才会有所作为。

其三，本土化元素是中国电视节目形态本土文化传承的重点。本土文化是中国电视节目形态的灵魂和根基所在，也是中国电视节目形态民族化的源泉。中国电视节目形态负有传承民族文化薪火、构建本土文化特色的历史责任。需要说明的是，中国本土文化从来都不是一个静态的概念，而是一种自我认识、自我完善和自我扬弃的动态过程。传统意义上的中国本土文化的现代化转型不是与历史的割裂，而是深入发掘传统文化内涵，融入现代文化新质，吸纳现代文化信息，增强其在当代社会条件下的适应能力。

在模仿借鉴境外电视节目形态的过程中，中国内地电视节目形态的创制者越来越注意不同文化之间的差异，尤其是不同的意识形态、伦理道德和接受心理之间的差异，本土化程度日益提高。

中国内地1990年播出并引起轰动效应的50集电视连续剧《渴望》，是境外家庭剧本土化的最初范例。《渴望》脱胎于境外家庭剧《诽谤》、《豪门恩怨》、《鹰冠庄园》。《渴望》中的身世之谜，以及室内剧的创作方式，显然受到了境外家庭剧的影响。但由于当时的社会既没有典型意义上的中产阶级家庭，更没有亿万富翁这样的豪门，因此，适应当时社会的具体情境，家庭剧的表现对象便转换成了普通百姓，矛盾冲突也不是围绕着主人与仆人以及豪门的财产继承和家族恩怨，而只是普通家庭之间的一般纠纷。

中国内地2001年播出的20集电视系列剧《永不放弃》，在模仿美国电视系列剧《急诊室的故事》节目形态的同时，注意结合中国传统文化的特点，设计了中年夫妇的婚姻危机、年轻的女性第三者和摇摆不定的男人最终回归家庭等许多中国人熟悉的情节，而在面临个人情感与社会规则的冲突时，该剧最终还是让男主人公遵从了中国式

的社会规则。

中国内地2004年播出的32集电视系列剧《好想好想谈恋爱》，虽然模仿了美国电视系列剧《欲望城市》的节目形态，但在本土化方面也进行了积极的探索，正如导演刘心刚所说的那样："《欲望城市》是一部符合美国国情的片子，里面涉及了很多'性'话题。这一点在我们的片子里就不会有过多直接的展现，我们要考虑到国情，我们重点已由'性'转到'情'上，是在谈情。"①

2008年9月28日至10月20日，湖南卫视推出根据美国广播公司的季播电视系列剧《丑女贝蒂》翻拍的43集电视系列剧《丑女无敌》。这也是中国内地首次购买国际剧情类电视节目形态版权进行本土翻拍的季播电视系列剧，在电视剧市场一度掀起收视热潮。其成功的原因，主要在于基于本土化原则，对国外成功电视节目形态移植规律有了清晰认识。为避免水土不服现象的发生，湖南卫视对剧情乃至主角形象都进行了本土化改造，以使节目风格与湖南卫视这一播出平台的特质相匹配。

中央电视台的电视益智节目《开心辞典》摒弃了国内外同类电视节目形态中浓厚的商业味，虽同以重奖为刺激点，但根据中国观众审美心理和收视习惯，融入本土化元素，加强了对亲情和人情的展现，"家庭梦想"和"公益热情"成为节目的主导元素。更为可贵的是，这档节目并没有囿于传统亲情的层面，而是直接参与了中国人审美心理社会化模式的转型，在节目导向上尽量向主旋律靠近，倡导的理念是：只要你有足够的智力、勇气和运气，为什么不实现自己的梦想？为什么不为家人和需要帮助的人挣到想要的东西呢？

湖南卫视2005年开播的才艺选秀类电视真人秀节目《超级女声》既借鉴了《美国偶像》"平民路线"、"零距离"、"低门槛"、"演播室前移"、"观众投票定胜负"等内容元素和形式元素，又结合本土元素进行了创新。譬如《美国偶像》更强调淘汰的残酷性，展现人性的阴暗面；而《超级女声》则增加观众投票挽救淘汰选手的环节，引入了温情元素。《超级女声》开播仅两个月即创下极高的收视率，被《新周刊》推出的"2004生活方式创意榜"评为"创意TV秀大奖"。

同样，湖南卫视2006年9月4日开播的角色互换类电视真人秀节目《变形记》既成功借鉴英美等国的《交换配偶》、《交换妻子》等同类节目形态，又摒弃了其以迎合观众窥视欲、博彩欲为卖点的相互倾轧、尔虞我诈等暴力、色情内容，注入了严肃的社会责任感和理性的人文思考，在引进节目本土化改造方面进行了有益的探索。

---

① 潘昕：《"克隆剧"也看会抄不会抄 业内人士称无伤大雅》，载《新闻午报》2005年2月24日。

吉林电视台2006年1月推出的《超级乐八点》开播当年收视率就跻身中国内地电视综艺节目前三强。取得这样的成绩离不开《超级乐八点》对本土化元素的恰当运用。其中最大的特色是《忽悠姐妹花》单元对其模版——中国台湾地区电视综艺节目《黄金夜总会》中《铁狮玉玲珑》单元——的本土化改造：在形式元素上，《忽悠姐妹花》几乎全盘仿效了《铁狮玉玲珑》，也采用了男性反串的方式，主持人孙小宝扮演胡翠花，主持人刘刚扮演尤贵花，加上一个鼓手和两个乐师，不时在旁边捧哏；但在内容元素上，《忽悠姐妹花》却通过原本就是二人转名角的主持人孙小宝的加盟，巧妙运用经过时尚化包装和改造的唱念做打等二人转元素，将经典的中外故事、传说进行了戏拟[①]化的精彩演绎。2009年4月19日，《忽悠姐妹花》改版为《忽悠情景演绎》，虽然形态变成了搞笑情景剧，但仍保留了二人转这一本土化元素。

东方卫视2009年6月20日开播的才艺选秀类电视真人秀节目《加油！东方天使》也十分注意适应本土的意义系统和文化背景：在节目定位上，强调"绿色选秀"理念，淡化功利性的奖金角逐色彩，突出参与选手青春励志、健康向上、美貌与智慧并存的时代新女性形象；在环节设置上，强调公益理念，注意增强与上海世博会等大型社会活动的结合，在轻松娱乐中弘扬了社会主流价值观。

## 二、娱乐化

"娱乐"一词，早在西汉司马迁的《史记·蔺相如廉颇列传》中就出现了："蔺相如前曰：'赵王窃闻秦王善为秦声，请奉盆缶秦王，以相娱乐。'"[②]

"娱乐"是一个同义复指的词语，东汉许慎在《说文解字》中对"娱"字的解释是："娱，乐也，从女吴声。"[③]东汉的张衡在其《南都赋》中说："游观之好，耳目之娱。"在这里把娱乐视为一种欣赏。陆机所著《文选》中晋代阮籍的《咏怀》诗之八中，也有"娱乐未终极，白日忽蹉跎"的句子。

在古人那里，"娱乐"的概念，已经与今天使用的"娱乐"概念很相似了，也即"娱怀取乐"[④]、"欢娱行乐"[⑤]之意。"这种欢乐之意，既可以是生理上的放松、愉快，也可以是心理上的满足、兴奋或宣泄，甚至是紧张、刺激、悬疑的感受。"[⑥]总之，娱乐是一个中性

① 戏拟也称滑稽性模仿，是指丑角以引人发笑的言语和动作对人物进行戏耍、戏弄和戏谑性模仿，其目的是使观众发笑。

② 司马迁：《史记》，上海古籍出版社1997年版，第1873页。

③ 许慎：《说文解字》，江苏古籍出版社2001年版，第262页。

④ 《辞海》，上海辞书出版社1990年版，第1243页。

⑤ 《辞源》，商务印书馆1979年版，第755页。

⑥ 孙宝国：《中国电视节目形态研究》，新华出版社2007年版，第85页。

词，换句话讲，娱乐没有罪，大众需要娱乐，但娱乐也有高下雅俗之分。

“娱乐化”与“娱乐”是两个不同的概念。“化”加上名词或形容词之后构成动词，表示转变成某种性质或状态。有学者认为：“‘娱乐化’就是指某件事物（一般原先不带有娱乐性特点，或具有与娱乐性相反的特性）在经历一些变化后带上了娱乐性的特点，从而使人变得快乐；或是原本一件严肃的事情经过一个变化过程如今成了一件快乐有趣的活动。”①也有学者表述为：“所谓娱乐化就是事物以更显著的煽情性、花边性、刺激性的内容或形象出现，让一切形态的思考变得更性感、更具诱惑力，以达到人情味更浓、更贴近群众、更容易吸引大众关注的目的。”②

中国电视节目形态的娱乐化正在成为当今一种引人注目的电视文化现象。这一现象的出现是现阶段政治、经济、文化、社会等多种因素相互作用的结果，其核心就是以娱乐的精神、娱乐的视角、娱乐的方式来策划和制作融思想性、艺术性、知识性、观赏性于一体的电视节目，满足人们的情感诉求与视听愉悦。具体而言，不仅文娱类和剧情类电视节目形态进一步强化了娱乐元素，而且以严肃性见长的社教类和新闻类电视节目形态都或多或少地注入了娱乐元素。娱乐元素成为这些节目不可或缺的内容，可视性、互动性、故事性、悬念性等，成为它们追求的目标。

尤其需要注意的是，中国电视节目形态的娱乐化一定要把握好度，避免“超娱乐化”和“泛娱乐化”的不良倾向。所谓“超”，指的是效果和力度上的“过度”。所谓“泛”指的是范围和范畴上的“过度”。这两种倾向都是在对“娱乐化”的曲解和误读的前提下，滥用娱乐元素化的后果。

社教类电视节目形态的娱乐化以电视纪录片节目形态最为典型。而“所谓纪录片的娱乐化，就是借鉴故事片等其他叙事艺术的手法和技巧，用讲故事的方式，综合利用各种电视手段生动活泼地把纪录片呈现给观众”③。电视纪录片节目形态的娱乐化，主要体现在内容和形式两方面：内容上，娱乐化的电视纪录片节目形态追求事件本身的故事性和戏剧性；形式上，娱乐化的电视纪录片节目形态追求视听元素的艺术性和制作手段的创新性。

作为第一个进入中央电视台第一套节目晚间黄金档的电视纪录片栏目，2009 年 5 月 1 日开播的《天下大观》以讲故事的方式表现历史、文化、自然以及生命奥秘等领域，还不惜动用“航拍”、“水下”、“红外”等种种高科技手段，完成传奇故事的影像表达和人

---

① 张爱凤、李钧：《“电视娱乐化批判”之批判》，载《电视研究》2009 年第 1 期。

② 朱礼庆：《电视文化娱乐负面效应控制》，载《现代传播》2010 年第 4 期。

③ 李海丽：《纪录片娱乐化初探》，载《山东视听》2006 年第 1 期。

文精神的隐喻呈现。在该栏目《动物大营救》、《为了生存》、《过去的秘密》、《奇异的习俗》、《穿在身上的鱼皮》、《四千年前的恐怖之夜》等一系列节目中，广泛应用了悬念、细节、伏笔、铺垫、重复、冲突、高潮等故事元素，叙述一波三折、有声有色。更值得称道的是，故事元素不仅没有削弱电视纪录片要表现的严肃主题，而且让严肃主题离观众更近了。国外一些研究者把这类节目称为 Infotainment 或 Edutainment，分别由 Information（知识）、Education（教育）与 Entertainment（娱乐）合成。国内一些研究者就把《天下大观》、《探索·发现》、《走近科学》这类节目称为"非虚构类的娱乐节目"。

2010 年 9 月 7 日，由西安大明宫国家遗址公园和西安曲江影视投资（集团）有限公司联合出品的 5 集"史诗电视片"《大明宫》，在中央电视台第十套节目《探索·发现》栏目播出。该片采用"故事片加纪录片"的叙事方法，"实景拍摄加三维动画"的拍摄技术，讲述了大明宫从缘起、建造到辉煌、毁灭的过程，展示了大唐帝国曾经的光荣与梦想。

当然，在电视纪录片领域，娱乐化是一柄双刃剑，它给电视纪录片带来好的观众缘的同时，也给自己的纪实性带来了隐患。今天中国电视纪录片普遍追求故事化的叙事模式，明显来自市场驱动。这是从国外"探索"和"国家地理"等频道学来的，然而简单的"拿来"有可能将中国电视纪录片变得急功近利、浮躁不安，最终甚至只拥有好看的表象却丢掉了人文纪录的内涵。

新闻类电视节目形态的娱乐化，具体反映在四个方面：在内容选择上，娱乐性新闻节目比例增加，严肃性新闻节目比例下降，竭力从严肃的政治、经济变动中挖掘其娱乐价值；在表现形式上，强调情节性和戏剧性，走新闻故事化和戏剧化之路；在包装样式上，在片头、片尾、字幕标板、字体字号等大量采用动画效果、艺术字体，显得轻松活泼；在播报方式上，说新闻、聊新闻、侃新闻、演新闻等娱乐化的播报方式不断涌现。①

需要指出的是，新闻类电视节目形态的娱乐化，虽然存在某种合理性甚至必然性，但凡事过犹不及。个别新闻类电视节目形态的价值取向已经超出了娱乐化的界限，其权威性和严肃性被解构，使得新闻类电视节目形态迷失了应有的本性，从而产生了新闻内容上的偏差、新闻表达上的偏差和记者角色定位的偏差。这就需要电视媒体"坚持正确导向，担负社会责任；坚持创新创优，重视内容品位；坚持职业规范，把握娱乐尺度"②。

---

① 孙宝国：《中国电视新闻节目形态研究》，新华出版社 2008 年版，第 67—68 页。

② 孙宝国：《电视新闻节目形态的发展走向》，载中国传媒大学电视与新闻学院：《新闻传播学前沿（2007—2008）》，中国传媒大学出版社 2009 年版，第 158 页。

## 三、民生化

中国电视节目形态的民生化取向，主要体现在民生元素的不断丰富和强化，具体表现为以电视民生新闻节目和电视服务节目为代表的民生类电视节目形态的方兴未艾。

"民生"一词最早出现在《左传·宣公十二年》中，所谓"民生在勤，勤则不匮"。这里的"民"指百姓，"生"指生活。而《辞海》中对于"民生"的解释则是"人民的生计"。在现代社会中，"民生与民主、民权相互倚重，而民生之本，也由原来的生产、生活资料，上升为生活形态、文化模式、市民精神等既有物质需求也有精神特征的整体样态"①。

中国电视节目形态的民生化取向，最早体现在电视民生新闻节目的异军突起上。

电视民生新闻节目最早从电视社会新闻节目形态演变而来，在 20 世纪 90 年代中期开始演进为都市新闻节目，之后又与都市新闻节目中的经济、财经、法制、娱乐等新闻题材相分离，逐渐成为具有独特创作理念的电视新闻节目形态。北京电视台 1995 年创办的《点点工作室》②就已经初步具有电视民生新闻节目形态的雏形，而该台 1997 年推出的《北京特快》则已经呈现出比较典型的电视民生新闻节目形态的品质。

在以公众品位为基础的文化消费中，这类电视新闻节目趋向市民生活，能以市民的眼光透视多数人的生活，用百姓日常的语言写百姓关心的事情，轻松活泼，因此受到观众的普遍欢迎。但这种民生理念还只是体现在一部分敏锐于时代变化的电视记者自发而非自觉的节目生产实践中，而从宏观上看，这样的节目尚属凤毛麟角。

2002 年 1 月 1 日，一档着力倡导民生理念为特色的电视新闻栏目《南京零距离》在江苏电视台城市频道开播，每天 18∶50 播出，时长 60 分钟。该栏目面向江苏省省会南京，以报道南京、服务南京和宣传南京为宗旨，主要由《社会新闻》、《生活资讯》、《孟非读报》、《观众热线》、《现场调查》等板块构成。

《南京零距离》鲜明地提出"打造中国电视新闻新模式"的口号。其在江苏电视台网页上的自荐语是："第一个使用光头主持人的新闻节目；第一个放下架子，让观众觉得亲切的新闻节目；第一个零距离倾听观众需求的新闻节目；第一个让观众觉得独具创新的新闻节目。"内容上主要是社会新闻节目、生活资讯节目和投诉热线节目。其新颖之处大致可以归纳为：新闻内容的拓展，将"市民新闻"和"市井新闻"展现在电视屏幕上；新闻视角的转变，以百姓视角反映百姓生活；新闻播报的特色，特色不仅在于主

---

① 侯迎忠：《电视民生新闻研究综述》，载《现代传播》2006 年第 5 期。

② 《点点工作室》1998 年改名为《元元说话》，1999 年又改名为《第七日》。

播的光头，更在于其独特的评点。

开播以后，《南京零距离》收视率长期雄居南京地区电视节目排行榜榜首，并在全国产生了广泛的影响力。该栏目被江苏省广播电视学会评为2003年度“江苏省十佳电视栏目”；国内最大的政经杂志《南风窗》将2003年度“为了公共利益”新闻奖授予了《南京零距离》；在新浪网举办的“2003年中国十大电视栏目”网上评选活动中，《南京零距离》名列榜首；主播孟非在“全国十大优秀电视节目主持人”网上评选活动中得票数位列第二位。

《南京零距离》创造了巨大的经济效益和社会效益，其影响力可以从两个方面看来：一是栏目的广告收入：2002年广告收入5000万；2003年8000万；2004年1.088亿元；2005年1.388亿元；2006年1.688亿元；[①]二是在《南京零距离》栏目的带动下，民生新闻栏目在江苏省和全国各级电视频道中遍地开花。在南京市晚间18∶00至20∶30分这个时段，南京电视传媒还推出了《星网传播》、《江苏新时空》、《直播60分》、《南京新闻》、《社会大广角》、《1860新闻眼》等6档自制新闻栏目。

2009年5月1日，《南京零距离》正式改版升级为《零距离》。这个升级是在国内媒体环境发生变化的背景下进行的，如竞争压力的增大，观众视野的拓宽，城市之间政治、经济和文化联系的加深，以及新媒体的传播技术为跨区域传播提供了技术保障。升级是为了完成两个目标：一是实现民生新闻节目在新阶段的自我提升和自我转型；二是推动城市频道品牌及《零距离》品牌向江苏省域迈进。

全国各级电视台中比较著名的民生新闻栏目有中央电视台的《新闻社区》、北京电视台的《七日七频道》、上海电视台的《新闻坊》、湖南电视台的《都市一时间》、安徽电视台的《第一时间》、湖北电视台的《现场》、河南电视台的《都市报道》、山东电视台的《今日报道》、重庆电视台的《天天630》、辽宁电视台的《特别关注》、黑龙江电视台的《新闻夜航》、辽宁电视台的《第一时间》、吉林电视台的《守望都市》、广东电视台的《630新闻》、海南电视台的《直播海南》、杭州电视台的《阿六头说新闻》、无锡电视台的《今晚60分》、苏州电视台的《民生在线》、成都电视台的《成都全接触》、济南电视台的《今晚20分》、青岛电视台的《生活在线》、昆明电视台的《晚间·关注》、长春电视台的《城市速递》等。

以荣获2007年度第十七届中国新闻奖新闻名专栏称号的《新闻夜航》为例，该节目1999年6月28日在黑龙江电视台卫星频道播出，首播时间为每周一至周六

---

① 石长顺：《电视栏目解析》，武汉大学出版社2008年版，第115页。

21：45，时长30分钟。从2007年1月1日起，《新闻夜航》改在黑龙江电视台都市频道播出。2007年3月12日，《新闻夜航》改版，全新亮相的《新闻夜航》时长为1个小时，首播时间为18：25，推出了《夜航调查》、《有事您说话》、《夜航相册》、《夜航气象》等板块。尽管节目的样式和时间发生了变化，但是《新闻夜航》所坚持的新闻理念如一，那就是让普通人成为节目的主角，运用百姓的语言，报道百姓的故事。

中央电视台《新闻联播》栏目也在"三贴近"原则下不断探索时政报道民生化的路径，如在延续挂标系列报道形态的传统时，于2007年6月17日起推出了《百姓纪事》专栏，通过一个又一个百姓身边的小故事串联起整个时代的生活变迁和发展进步。如在《牧琳爱老人和她的家书》这条消息里，一位来自美国的80多岁中产阶级老人，变卖所有家产，只身来到中国，通过她的眼睛看到了中国百姓生活的改善，通过她的书信传递了中国农村的巨大变化。"这种在宏观叙事里娓娓道来的小人物和小事件，从生活出发，拿事实说话，使得主题报道鲜活可亲，人物立体可信，瞬间拉近了与观众之间的距离。"[①]

从2006年以后，电视民生新闻节目形态中又衍生出越来越多的"帮忙类"节目形态。与此前的节目相比，这类节目以帮助百姓解决"身边事、麻烦事、稀奇事、关心事"为切入点，别出心裁地采用"帮忙"方式，"记者由局外人变成了局内人"[②]、由报道者转变为参与者、由叙述者转变为讲述者、由传播者转变为组织者，进一步拉近了电视与观众的距离，深化了电视民生新闻节目"民生"概念的内涵。

据不完全统计，在全国各省市级电视台的此类以"帮助"和"帮忙"为名的节目已经有30多个，如安徽电视台的《帮女郎》、山东电视台的《生活帮》、浙江电视台的《范大姐帮忙》、陕西电视台《周姐帮忙》、黑龙江电视台《帮忙》、吉林电视台的《有事您说话》、台州电视台的《大明讨说法》、邯郸电视台的《吕姐帮忙团》、石家庄电视台的《小吴帮忙》、苏州电视台的《朝晖帮你忙》、宿州电视台的《张荻帮你忙》、泰州广播电视台的《小范帮你忙》、温州广播电视总台的《闲事婆·和事佬》、渭南电视台的《华山说事》等。

上述"帮忙类"电视民生新闻节目各具特色。譬如，浙江卫视2008年8月26日推出的"帮忙类"民生新闻节目《寻找王》通过"寻找"这一动作线，找到了从新闻事件中展现情感故事的最佳切入点，有助于达成富有人情味的新闻叙事效果。同时，在寻找过程中找到的更是人间的真善美，是社会的公正、公平、正义，这就有效提升了电视民生新闻节目形态的品位，从而实现了"追寻事件真相，寻访人间真情，彰显人文关怀"的栏

---

① 何思翀：《〈新闻联播〉与改革开放30年》，载《中国广播电视学刊》2008年第10期。

② 王忠：《后民生新闻时代的媒体角色——以〈生活帮〉栏目为例》，载《现代传播》2009年第4期。

目宗旨。

2008年1月1日，经国家广电总局批准，河南电视台经济生活频道正式更名为河南电视台民生频道，这也是全国首家民生频道。该频道以关注民生为特色，强化节目的权威性、贴近性、服务性、可视性。频道整体影响力居当地传媒前列，其品牌栏目《民生大参考》在中原地区有着较高的美誉度。

民生化的电视节目形态以关注民众生计、民众意愿、民众立场为主要价值取向，并致力于以民众视角和民众喜闻乐见的形式，对与民众生计、民众生存、民众日常生活和民众切身利益密切相关的新闻和资讯传播。可以进一步概括为"价值取向上的民众贴近性、传播形态上的平民可亲性、舆论监督性上的公众平台性"[①]。

民生化的电视节目形态留给观众的第一印象便是其人文色彩。它在内容上锁定老百姓的生存状态、生存空间和生存环境，关注与百姓生活息息相关、对群众有影响的新闻与资讯；形式上充分利用现代传播手段，提高内容传播的时效性、互动性、娱乐性，以拉近电视与观众的距离。

电视节目形态民生化的深层动因主要有：一是社会格局演变，民众情感宣泄的需求；二是观众对知情权和话语权的渴求；三是政治文明的发展和民本思想的普及；四是日益激烈的电视市场竞争的需要。这就要求从电视节目生产理念上，把公众放在首位，处处从其需求出发，使节目贴近他们的生活，贴近他们的情感，贴近他们的审美。

中国电视节目形态在民生化的进程中，至少应在下列几个方面完成自我转型：第一，要拓展"民生"的固有内涵，从对公众生活原生态的描述，转入对公众精神生活和心理生活的表现，特别是公民意识的成长；第二，要正确反映社会矛盾，营造公正、平衡、真实和全面的舆论环境，疏解市民情绪，实施舆论引导，营造和谐的社会氛围；第三，要致力于构建开放、和谐和活跃的公共领域，汇聚民意，凝聚民智，促进民主政治的发展。

随着人们对"民生"内涵认识的不断深入，中国电视节目形态的民生理念也在不断发展完善之中。仅以电视民生新闻节目形态为例，一方面突出表现为时政、经济、法制、文化等题材的民生化表达，也即广义的电视民生新闻节目形态的兴起，另一方面，这种广义的电视民生新闻节目形态除了继续保持内容相对轻松和琐碎的社会新闻节目内容，还将追求以严肃著称的时政、经济、法制、文化等新闻题材所具有的大视野和大事件的报道，注意把握为民生计的根本宗旨，在内容选择上、角度把握上、价值取向上，努力实现权利与义务、效益与责任、批评与亲和的和谐统一。譬如《直播南京》就打

---

① 吴信训：《新编广播电视新闻学》，复旦大学出版社2006年版，第139页。

破了对民生的狭隘理解，加大主流新闻比重，实现主流新闻民生化，政经新闻贴近化，强化调查性报道和评论性报道，加大讴歌真善美的社区新闻和情感新闻的比重，在实践中采取“组合模式”和“新闻旗舰式”等策略，把社会新闻、舆论监督、时政要闻融为一体，打造了一个全新的城市新闻节目形态；《1860 新闻眼》和《江苏新时空》等栏目通过打造公共平台，构建上情下达和下情上达的公共空间，树立传媒公信力；在选题上，寻求政府、公众、传媒的利益结合点，在导向、民意、传媒的可操作范围内寻找交汇点。

## 四、人文化

中国电视节目形态的人文化取向，指的是中国电视节目形态对精神向度、文化理想、审美趣味的一种价值追求。

“人文”这个概念，最早见于《周易·贲卦·彖传》：“[刚柔交错]，天文也；文明以止，人文也。观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”这段话中，两处用了“人文”一词。“文明以止，人文也”，是从功能的角度，阐明“人文”的内涵。其意是说，能够用“文明”的方式而不是暴力的方式，来达到止息不合理行为的目的，就属于“人文”的范畴。不难看出，这里所释的“人文”，指的是用“文明”的方式来达到安定社会的目的。据此可以把“人文”解释为“人的文明”。“观乎人文，以化成天下”，讲的是实施人文的宗旨，在于“化成天下”。这里的“天下”，主要指天下之人。由此推之，古人之所以倡导“人文”精神，其本意在于用文明的方式来化育成就天下之人。基于这一点，“人文精神从本质上说，就是指那些关爱‘人’的思想观念，或者说：一切关爱人的理念，都可以称之为人文精神”①；或者说“人文精神是指以人为本、体现人的本质属性的精神，是揭示人的生存意义、体现人的价值和尊严、追求人的完善和自由发展的精神”②。

中国电视节目形态曾一度过分追求形而下的直白和快感，而忽视了形而上的含蓄和美感，从而导致节目人文品格的缺失。在一些电视节目形态中，文化的认知功能、教育功能、审美功能都受到了不同程度的抑制，片面强化和突出了以简单说教为主的宣传功能和以感官刺激为主的娱乐功能。

2006 年 1 月 20 日，上海文广新闻传媒集团与上海市慈善基金会、上海市精神文明建设委员会办公室三方携手正式推出明星慈善节目《闪电星感动》，来自国内外的明星们通过《闪电星感动》节目将关爱和奉献不断传递给社会大众。《闪电星感动》节目组曾经帮助跨越海峡两岸进行骨髓移植的嗜灰男孩重获健康；帮助云南普洱地震灾区

---

① 黄钊：《论先秦人文思潮及其深远影响》，载《湖北社会科学》2009 年第 6 期。

② 唐英：《论电视文化传播与人文精神的弘扬》，载《西南民族大学学报》2006 年第 5 期。

数千名孩子顺利重返校园；帮助西部12个省市的智障儿童家庭圆了现场看特奥会开幕式的梦想。2007年11月16日，《人民日报》文化新闻头版刊登了对《闪电星感动》的专题报道《娱乐节目也可以这样做》，并配发评论《名气越大，责任越重》。国家广电总局收听收看中心也以《上海东方卫视〈闪电星感动〉积极挖掘娱乐明星的社会价值——2007年度节目形态典型推介之一》为题发布简报，认为《闪电星感动》栏目坚持把倡导文明健康、积极向上的社会风尚，营造和谐社会氛围，真情回报社会，注重体现人文关怀和心理疏导作为节目追求的目标，为电视综艺节目积极承载公益文化内涵，体现娱乐明星的社会价值提供了成功的典范。

从传播学的视角来看，中国电视节目形态的人文化，主要体现在观众本位传播观的确立。“受众本位与传播者本位不同，传播者在参与传播过程中主要根据受众的需要来确定传播的目的、步骤以及传播的内容和方式，并以受众受传的实际状况作为评价传播得失的标准。在以受众为本位的传播关系中，受众是传播者服务的对象。”[①]中国电视节目形态要不断强化对观众的服务意识，在节目中以人为本，尊重观众，理解观众，处处、时时为观众着想，满足观众的心理和审美需求。

以人文精神为旨归，中国电视节目形态在当今中国社会有着其存在与发展的必然性和必要性，它有理由、有责任回归观众的主体地位，积极倡导和实践以人为本的传播理念。这是一种实质性的倡导和实践，具体表现为不仅仅让电视观众有收看电视节目的选择权，与电视节目制作者的浅层次互动权和参与权，更在于获得更高层次的人文关怀，否则电视界便难以摆脱一方面在观众的信息与娱乐需求下催生了大量的电视节目形态，另一方面又面临着观众不满和谴责的尴尬处境。

尼尔·波兹曼在谈到美国电视节目形态时说：“娱乐不仅仅在电视上成为所有话语的象征，在电视上这种象征仍然统治着一切。就像印刷术曾统治控制着政治、宗教、商业、教育、法律和其他重要社会事务的运行方式一样，现在电视决定着一切，在法庭、教室、手术室、会议室和教堂里，甚至在飞机上，美国人不再彼此交谈，他们彼此娱乐。他们不交流思想，而是交流图像。”[②]实际上不只在美国，中国电视节目形态同样深刻地改变着中国人的生活。当下，消费主义盛行、电视节目庸俗化日趋严重，中国电视节目形态只有不断创新传播策略，从追求形而下的快感，迈向追求形而上的美感，致力于打造富有品格内涵的绿色节目，才能开拓出全新的生存和发展空间。

---

① 郑兴东：《受众心理与传媒引导》，新华出版社1999年版，第221页。

② 〔美〕尼尔·波兹曼：《娱乐至死》，章艳译，广西师范大学出版社2004年版，第121页。

“如果说，没有传播的文化是死文化的话，那么，没有文化的传播就是死传播。”[①]事实一再证明，电视传播也需要人文精神的支撑，在“传媒文化的消费特性、市场价值、娱乐功能等得到了充分的强调，尤其在新兴媒体方兴未艾之际，异质的、感官化的、更具炫惑魅力的‘意象形态’价值被高度张扬，而传媒文化本该拥有的审美品格追求则在一定程度上受到漠视”[②]的语境下，中国电视节目形态更要坚守电视的文化品格，坚守道德底线，致力于提升电视节目的品质，做到通俗而不庸俗、用情而不滥情、娱乐而不愚乐、平凡但不平庸。“媒介文化不只是媒介的文明化，而且是媒介的脱俗化。媒介对人格的培养是在加速人的社会化过程中实现的，媒介文化作为动态系统，对人和社会的影响是并行的。人格一旦被‘文化’，就包括加速其社会化的概念，社会将出现崭新的面貌。”[③]在电视将文化经验简约成一种符码系统的今天，人们实际是生活在一个大众传媒为其营造起来的仿像世界中，人们经历的影像世界比经历的现实世界还要多，人的发展和社会的发展，越来越离不开一个良好的传媒环境。电视作为大众传媒，有责任构建一个良好的传媒文化氛围。

---

① 刘智：《新闻文化学》，新华出版社 2001 年版，第 137 页。

② 杨峭立：《论传媒文化的精神品格》，载《光明日报》2005 年 4 月 11 日。

③ 刘建明：《媒介批评通论》，中国人民大学出版社 2001 年版，第 178 页。

# 第 2 章

# 新闻类电视节目形态

## 第一节　新闻类电视节目形态的概念界定

### 一、定义

新闻类电视节目形态，是指以传播新闻为主要功能取向的电视节目形态。

“新闻”一词出现于我国唐代早期。《新唐书·隐逸》记载，官任左拾遗的孙处玄在公元 705 年说过这样一句话：“恨天下无书以广新闻。”而以“新闻”一词命名的书出现于唐中末期的著名文学家段成式的《锦里新闻》三卷。“新闻”有确切含义则出现于唐末尉迟枢的《南楚新闻》中，此时的“新闻”可为传奇，可为野史，无所谓事实的真伪，亦无所谓新旧，唯新奇而已。真正把“新闻”一词用于时事报道之义的则是与尉迟枢同时代的诗人李咸用，他在《冬夕喜友生至》和《春日喜逢乡人刘松》两首诗中分别写道：“多少新闻见，应须语到明”；“旧业久抛耕钓侣，新闻多说战争功。”[①]

到了宋、元、明各代，“新闻”一词的使用日益广泛。譬如南宋赵升的《朝野类要》一书记载：“边报，系沿边州郡，列日具干事人探报平安事宜，实封申尚书省枢密院；朝报，日出事宜也，每日门下后省编定，请给事判报，方

① 孙宝国：《中国电视节目形态研究》，新华出版社 2007 年版，第 2 页。

行下都进奏院，报行天下，其有所谓内探、省探、衙探之类，皆衷私小报，率有漏泄之禁，故隐而号之曰新闻。”这里的“新闻”指的已是经过刺探采访而见诸报端的政治性较强的新闻。

及至清代，“新闻”一词已明显具有现代意义，即“新鲜消息”。《红楼梦》中多处出现的“新闻”，就属此义，譬如第一回中的“老先生倚门伫望，敢问街市上有甚新闻么?”和第二回中的“近日都中可有新闻没有?”等。

从“新闻”一词在我国最早应用的情况看，它最基本的含义是指新鲜的信息。而在我国新闻学术界，最具权威性、公认度最高的新闻定义，仍是陆定一提出来的，即“新闻的定义，就是新近发生的事实的报道”。[①]

新闻类电视节目形态是一个多层面的概念，大体可进一步细分为逐级含纳、统摄的微观层面的新闻类电视节目形态、中观层面的新闻类电视栏目形态、宏观层面的新闻类电视频道形态。本章所论述的主要是指微观层面的新闻类电视节目形态。

## 二、分类

中国新闻类电视节目形态是与中国电视传媒同时起步的。60 多年来，特别是改革开放 30 多年来，中国电视新闻节目形态从无到有，从简单到复杂，不断发展，不断演变，如今已蔚为大观。目前，国内关于新闻类电视节目形态的分类方法主要有以下十几种：

根据节目来源，可分为自办新闻节目、联办新闻节目、交换新闻节目、转播新闻节目、联播新闻节目等；

根据题材领域，可分为时政新闻节目、经济新闻节目、法制新闻节目、文化新闻节目、体育新闻节目、社会新闻节目等；

根据内容性质，可分为硬新闻节目和软新闻节目；

根据内容时态，可分为史态类新闻节目、现态类新闻节目和拟态类新闻节目。

根据播出时段，可分为早间新闻节目、上午新闻节目、午间新闻节目、下午新闻节目、傍晚新闻节目、晚间新闻节目、夜间新闻节目等；

根据播出周期，可分为定期新闻节目、特别新闻节目、插播新闻节目等；

根据传播区域，可分为地区性新闻节目、全国性新闻节目、国际性新闻节目等；

根据传播对象，可分为大众化新闻节目、分众化新闻节目等；

---

① 陆定一：《我们对于新闻学的基本观点》，载延安《解放日报》1943 年 9 月 1 日。

根据传播理念，可分为传统新闻节目、民生新闻节目、公共新闻节目等；

根据制播方式，可分为现场直播新闻节目、实况录像新闻节目、素材编辑新闻节目等；

根据报道形式，可分为口播新闻节目、图片新闻节目、影像新闻节目、字幕新闻节目、现场报道节目、连线报道节目等；

根据播报语言，可分为汉语普通话新闻节目、汉语方言新闻节目、民族语言新闻节目、外语语言新闻节目等；

根据编排方式，可分为系列报道节目、连续报道节目、组合报道节目、新闻杂志节目等；

显而易见，上述很多分类法都是相互交叉的，譬如中央电视台的《新闻联播》，既属于全国性新闻节目、综合性新闻节目、联播类新闻节目，还属于主持人新闻节目、普通话新闻节目、晚间新闻节目等。一种节目如何归类，取决于采用什么分类标准和视角。

基于以上分析，本着实践第一的原则，我们着重从不同的核心元素出发，对中国电视屏幕上发育比较成熟且居于主导地位的七种新闻类电视节目形态进行探讨，它们分别是电视消息、电视连续报道、电视系列报道、电视专题报道、电视新闻调查、电视新闻述评、电视新闻现场直播。

## 第二节　电视消息

### 一、定义

电视消息是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，迅速、简要、广泛、新颖地报道新近、正在或即将发生的事件和事态的新闻类电视节目形态。

### 二、分类

#### (一)按照表现形式分类

按照表现形式，电视消息可进一步细分为图片消息、图像消息、字幕消息、口播消息等四种子形态。

1. 图片消息

图片消息是运用单张或成组的新闻摄影图片，结合文字解说报道新闻事实，是把报纸、杂志等新闻图片引用到电视消息中来的一种电视消息节目形态。图片消息尽可能地采用多幅新闻摄影图片，多侧面地反映新闻事件和事态，阐述新闻主题。每幅图片一般均有相对独立的内容，说明事件和事态的某一方面，经过合乎逻辑的组合后，整组照片能相互呼应，较为完整地反映事物的全貌。

2. 图像消息

图像消息亦称影像消息，是采用电影摄影或电子摄录在新闻事件和事态现场摄录下图像和声音，结合新闻文字稿对事实进行报道的电视消息节目形态。图像消息以生动的形象画面为主要表现手段，是运用较早，也是迄今最常用的电视消息节目形态。

3. 字幕消息

字幕消息是以电子计算机控制字幕发生器，在电视屏幕上打出字幕，以简洁的文字，向观众传播最新信息的电视消息节目形态。字幕消息具有时效快，文字简要明确，运用灵活方便等优势。

4. 口播消息

口播消息是以播音员出图像为主，结合画外音，播报文字新闻稿的电视消息节目形态。口播消息没有新闻现场的影像画面，它以语言为传达信息的主要手段。早期的口播消息稿源来自广播，也继承了广播的方法，是由播音员播读新闻稿。今天的口播消息运用抠像等电视特技，配以照片、图表、地图、实物、标题字幕和活动背景资料形象等，弥补了缺乏现场画面的不足，增强了口播消息报道的可视性，扩大了单位时间传播的信息量。口播消息播出灵活、简便，有其他报道形态不可替代的优势，迄今仍有独特的作用。

(二)按照时间长短分类

按照时间长短，电视消息可进一步细分为电视短消息和电视长消息两种子形态。

1. 电视短消息

电视短消息是指长度1分30秒(含1分30秒)以内的电视消息节目形态。有学者将其特点归纳为“五个一”，即“一个事件”、“一个时效”、“一个现场”、“一个动态”、

“一个主题”。[①] 以小见大，视角独特，主题鲜明，视觉冲击力强，是电视短消息的魅力所在。

电视短消息是一人一事的报道，主题鲜明单一，而不追求思想深度的开掘。优秀的电视短消息大都是记者在新闻事件现场，凭着新闻敏感，在事件发生、发展的动态中敏捷地抢拍到的。电视短消息的题材中有不少是对突发事件的快速报道。电视短消息借助于对现场情境的真实展现，对突发事件报道要比文字更感人生动，它要求记者面对突然出现的事件、突然出现的鲜活情节有快速反应的能力。

2. 电视长消息

电视长消息是指长度 1 分 30 秒(不含)到 4 分钟的电视消息节目形态。电视长消息具有四个特点，即题材重要、内容浓缩、立意深远、手段丰富。

电视长消息要运用多种电视表现手段，立足现场，善于捕捉生动、典型的细节和情节，展示记者在现场的采访调查，用形象事实说话，以增强可视性、弘扬主旋律，具有历史感和时代感，是电视长消息的魅力。

## 三、主要特征

### (一)时效的快速性

电视消息以快取胜。它对事件在时效上的要求是今天、是刚刚或是正在发生和发展的事实。为此，电视记者应有抢新闻的意识，尽量以最快速度把事实性新闻信息和意见性新闻信息传播出去。观众对水均益在 1998 年 12 月 19 日报道的《巴格达遭空袭》可能记忆犹新，该条电视消息报道就是当时中央电视台记者在一线战场实拍到的现场报道，并将其以最快的速度传到国内，当天在中央电视台播出，具有很强的时效性。一条新闻信息，如果报刊、广播、网络都已报道过，电视再进行动态式的消息报道就没有多少价值了。

在新闻传播的竞争中，时效性竞争处于首要地位，因为人们对新闻信息的要求，总是习惯于先知为快。在快节奏的社会生活中，人们接受新闻信息的时间有限。有限时间里的选择，首要因素就是满足先知为快的心理。电视消息对时效性的要求是时新性和时宜性，即新闻既是时间上的最新报道，亦是适宜当前形势需求的报道，是两者的有机结合。

---

① 叶子:《电视新闻:与事件同步》，北京师范大学出版社 2007 年版，第 109 页。

较之电视新闻专题和电视新闻评论等电视深度报道，电视消息更强调突出时新性。面对报刊、广播、网络等其他新闻传媒的挑战和竞争，电视消息要大力抓当天新闻，多播发正在发生的新闻。

### （二）内容的简要性

快和简是相辅相成的关系。电视消息的任务是迅速、简要地报道国内外大事。至于事实的来龙去脉，前因后果的详尽分析、解释则是电视深度报道的任务。由于要求时效，每条电视消息的播出时间都很短，只能立足事件和事态发生的现在时刻来报道，既使用背景材料，也要用最简练的语言与最典型的画面形象来说明问题。“新闻消息短，但不是短而空、短而轻、短而浅、而应是短而实、短而重、短而厚、短而丰满。”①

电视消息的文字稿也应是字字珠玑，言简意赅，高度浓缩。在简练的文字、语言和图像中，包含尽可能丰富的事实性信息和意见性信息。

在实际工作中，电视消息的长短与信息量并不完全成正比。优秀的电视消息报道要力争做到短而信息量大，而不是无病呻吟地拖长时间。优秀的电视消息应该做到字字有用，句句精练。

电视消息中，一般性的送往迎来、庆功展览等会议新闻，由于事件本身是礼节性或程序化的，除广大群众关注的重要时政活动，一般都可用简讯集纳作动态报道。总之，从电视消息特点出发，要做到能短则短。

### （三）题材的广泛性

电视消息的题材十分广泛，涵盖经济、政治、文化、社会、生态等诸方面。

作为电视消息最常见的播出载体的集纳式电视消息栏目，不仅要力争在节目时间内容纳更多的消息，提供更多的新闻信息，而且要拓宽视野，扩大报道范畴，广泛反映各个领域的发展变化。

譬如，中央电视台《新闻联播》曾根据观众的意见，围绕扩大报道面、增加可视性，多次调整节目，贯穿于其中的总原则是扩大报道领域，增加观众关心的、与观众生产和生活有密切关系的新闻信息，减少与观众距离远的、可视性差的新闻信息，尽量剔除枯燥无味的新闻信息，使《新闻联播》真正成为观众喜闻乐见的国内外要闻总汇类的集纳式电视消息栏目。

---

① 叶子:《电视新闻——与事件同步》,北京师范大学出版社 2007 年版,第 104 页。

### (四)表现的鲜活性

鲜活,即活泼、生动,有较强的可视性。要使电视消息“活”起来,必须强调遵循新闻的基本规律,即用事实说话。新闻是事实的报道,事实是新闻的基础,这不仅体现在报道事件性新闻的消息中,同样也体现在传递非事件性新闻的消息中。实际工作中,在一些有关经验、成就等报道时,仍普遍存在“具体事实少,抽象概念多;典型事实少,名词议论多;概括性材料少,总结性数字多;现场形象展现事实少,万能画面多”①等的问题。优秀的电视消息必须用事实说话,既要有概括性的交代全面情况的材料,又要有具体的典型的材料,还要用电视语言展现这些材料和事实。

随着社会进步,现代人生活节奏的加快,人们对电视消息的需求也在不断扩展,不断更新。观众总是希望迅速及时地获得最新鲜的、与以往不同的新闻,并要求在同一节目时间内获得更多的新闻。只有用准确、精练、鲜活的电视语言,提供新、异、快、多的新闻,电视消息才具有竞争力。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958—1975)

中国早期的电视新闻节目脱胎于新闻纪录片。根据长度和时效,当时的电视新闻节目分为新闻片和纪录片两种,分别为后来的电视消息和电视专题报道的源头。

早期的电视消息采用的是新闻纪录片的形态,即用16毫米摄影机拍摄,以电影制片方式制作,用电视手段传播。

1958年5月1日,北京电视台试播当天播出了中央新闻纪录电影制片厂摄制的新闻纪录片《到农村去》,这是中国第一次播出电视新闻节目。

1958年5月7日,北京电视台播出德意志民主共和国电视台寄来的电视新闻片,这是中国首次播出的国际电视新闻节目。

1958年5月15日,北京电视台第一次自办电视新闻节目,播放了4分钟的《图片报道:东风牌小轿车》,反映了我国自己生产的东风牌小汽车的情况。图片消息是中国电视消息的最初形态,它将新闻图片分切组合再加上解说。而图片则大多选自新华社的新闻图片。

---

① 叶子:《电视新闻——与事件同步》,北京师范大学出版社2007年版,第108页。

1958年6月1日北京电视台播出的由"本台记者"孔令铎、李华等拍摄的《中共中央机关刊物〈红旗〉杂志创刊》,是我国电视记者自己拍摄的第一条电视消息。

1958年9月2日19:30,北京电视台《电视新闻》栏目开播,播出的主要是本台记者拍摄的新闻片。自当年9月30日起,《电视新闻》改为19:00播出。这是北京电视台当日播出的第一个节目,也是北京电视台第一个完全自办的新闻栏目。在最初原定每周播出四次、实际却并不固定的电视播出中,《电视新闻》的时长和次数也同样是不固定的。

1958年10月1日,上海电视台试播。建台之初,每周播出两次,每次2至3个小时。其中文艺节目占很大比例,新闻节目每次5分钟。上海电视台成为首家自办新闻节目的地方电视台。稍后,1958年12月20日试播的黑龙江电视台、1959年7月1日试播的天津电视台等地方台也都陆续参照北京电视台推出了自己的新闻节目。

1958年11月2日,北京电视台《简明新闻》栏目开播。这是一档口播消息栏目,起初安排在晚间节目结束前播出,每次时间长度约5分钟,稿件基本上由中央人民广播电台新闻部提供,由中国首位电视新闻播音员沈力播报。但是由于强调电视新闻的形象性,在北京电视台,口播消息还不被重视,经常被取消,甚至长期付之阙如。由于简便易行,在地方电视台,口播消息和图片消息往往成为主流。

1959年4月30日,中央广播事业局与捷克斯洛伐克广播电视委员会签署了广播电视合作协定,确定双方每月交换一至两次新闻报道材料,特别是反映两国人民生活中具有重大意义的材料。

1960年1月1日,北京电视台实行栏目固定播出制,《电视新闻》的时长和播出次数都相对固定下来,即每期10分钟,每周播出3次,每条电视新闻片长约2至3分钟。

1971年8月8日,北京电视台开始不定期播出《国际新闻》栏目。

1971年8月21日,北京电视台开始增播北京地区天气预报。

1973年5月1日,北京电视台开始试播彩色电视节目,同年10月1日转为正式播出。

### (二)发展时期(1976—2002)

#### 1.《新闻联播》的发展历程

随着中央电视台《新闻联播》栏目的开播,电视消息的发展进入了快车道。

1976年3月29日,全国电视工作会议先后在北京和上海召开。创办全国电视新闻联播节目,成了这次会议的一个议题。技术条件的进步、电视队伍的扩大,成为《新

闻联播》栏目创办的有利条件。

1976 年 7 月 1 日，北京电视台在全国各地电视台的协作下，开始试播全国电视新闻联播节目，向全国十多个省、直辖市传送信号，由这些电视台同时转播。该节目即《新闻联播》的雏形，但当时仍叫《电视新闻》。节目全部为国内图像消息，每天 19∶00 播出。试播当天，在约 30 分钟的时间里，共播出了 7 条新闻，依次为：

战斗在车间的党支部(5 分钟，上海电视台)

小靳庄在斗争中前进(5 分钟，天津电视台)

敢斗修正主义的先锋战士(4 分 30 秒，武汉电视台)

朝气蓬勃的党支部(5 分 10 秒，北京电视台)

陈锡联副总理会见尼日利亚青年代表团(1 分 40 秒，北京电视台)

谷牧副总理会见埃塞俄比亚政府贸易代表团(1 分 5 秒，北京电视台)

朝鲜人民军协奏团访问红星中朝友好公社(8 分 15 秒，北京电视台)①

1978 年 1 月 1 日，《电视新闻》正式更名为《新闻联播》，恢复播音员出图像向观众播报节目，仍是每天 19∶00 播出，时长约为 20 分钟。开播第一天的节目串联单如下：

邓副主席出席国务院办公室招待会，同外国专家欢庆新年(3 分钟，北京电视台)

马万水工程队再夺新高峰(3 分钟，北京电视台)

平定县粮食获得丰收(1 分 40 秒，太原电视台)

安阳电子管厂研制成功等离子数码管(1 分 30 秒，河北电视台)

电视纪录片：初露锋芒(9 分钟，北京电视台)②

《新闻联播》也改为由中央电视台牵头，各地方电视台共同协作制作的面向全国的一档全国重要消息总汇栏目。根据全国省级电视台共同协商的意见，中央电视台向全国十多个省、自治区、直辖市电视台传送该节目的信号，栏目中地方消息占到 60%以上。由于录像设备当时尚未引进，所以《新闻联播》创办之初，是以电影胶片直播形式播出的。

1978 年 12 月起，中央电视台开始使用仅有的两台电子新闻采访设备，使录制的新闻节目两三个小时后即可播出，告别了手洗电影胶片的技术落后状态。

---

① 杨伟光：《中央电视台发展史》，北京出版社 1998 年版，第 155 页。

② 艾红红：《〈新闻联播〉研究》，中国广播电视出版社 2008 年版，第 24 页。

1979年9月1日开始，中央电视台每天增加了一组最新国际简讯的口播消息，并且适当配发部分新闻照片或背景资料。这组消息及相关材料由新华社提供，一般每天编发8条左右，约千字，共计5分钟，以“国际新闻”为小标题出现在《新闻联播》中。

1980年4月1日起，中央电视台与英国维斯新闻社、美国合众独立新闻社协商确定，改航寄为通过卫星分别从伦敦、纽约向北京传送国际新闻录像。这样一来，国际上发生的大事，中国电视观众第二天就能看到。

1980年7月7日起，中央电视台第一套节目综合频道首次在《新闻联播》中播送中央气象台发布的天气预报。

1980年10月20日起，为了解决国内新闻来源，及时报道各省、自治区、直辖市的重大新闻，中央电视台通过微波干线收录各省、自治区、直辖市电视台新闻节目，在《新闻联播》中播出。

1981年4月13日至21日，中央广播事业局在青岛召开了全国电视新闻工作座谈会。会议做出两项重大规定：一是各省、自治区、直辖市电视台都是中央电视台的集体记者，有责任、有义务向中央电视台供稿；二是各省、自治区、直辖市电视台必须转播《新闻联播》。

1981年7月1日，《新闻联播》改版，把国内新闻、口播国际新闻、通过卫星收录的国际新闻这三部分截然分开的编排改为国内新闻和国际新闻两大部分。之后这一节目编排形态被长期沿用。同时《新闻联播》对栏目的标志和音乐、演播室背景、新闻提要、气象预报图表等进行了改进。

1982年9月1日，中国共产党第十二次全国代表大会召开，开幕式于17：50结束，19：00关于该会的头条消息在《新闻联播》中播出，并且通过卫星向境外播发，香港、美国、日本、英国、意大利等十多家电视台接收到节目。正是从这一次会议开始，中共中央明确规定，从这一天起，重大新闻的发布由原来在中央人民广播电台20：00的《各地人民广播电台联播》播报改为在中央电视台19：00的《新闻联播》播出。[①] 这标志着中央电视台已经成为一个独立的新闻发布机构，《新闻联播》已从早期作为广播和报纸的补充成长为一个具有一定权威性的重要消息总汇栏目。

1982年11月5日至11日，广播电影电视部在北京召开第一次全国电视台台长会议，会议着重讨论了电视新闻改革，再次要求在两三年内把《新闻联播》办成自成体系、比较完整、能够准确及时地对国内外重要事件进行形象化报道的节目，使中央电视

---

① 中央人民广播电台从1987年1月1日起将《各地人民广播电台联播》提前至18：30首播，20：00重播。

台成为全国新闻舆论中心。

1983年3月1日至9日，中央电视台参加了亚洲一太平洋广播联盟区卫星电视新闻交换试验。《新闻联播》开始采用亚洲新闻，从而改变了过去单纯依赖英美两国提供新闻的状况。

1983年10月18日，《新闻联播》第一个驻外记者站——香港记者站建立，旨在加强香港、澳门及东南亚地区的新闻报道力量。蒙古族记者包拉白成为中央电视台首位驻外记者。

1984年6月2日，《新闻联播》首次播发通过厦门电视台收录的台湾新闻《龙舟竞渡 赛前操兵》。

1985年3月1日，《新闻联播》由每次35分钟压缩至30分钟。

1986年1月28日，美国挑战者号航天飞机从肯尼迪航天中心发射72秒钟后，在1.5万米高空突然爆炸，7名机组人员全部遇难，震惊世界。1月29日，《新闻联播》对该事件以《美国挑战者号航天飞机爆炸》为题作为头条播报，并配发近6分钟的相关报道，打破了国际新闻不能上头条的惯例。

1986年3月18日，《新闻联播》开始接收欧洲广播联盟的新闻。

1986年7月1日，《新闻联播》增加预报海洋水文方面的内容，节目延长至35分钟。

1987年3月1日，《新闻联播》开始收录和使用美国有线电视新闻网的新闻。

1987年7月1日，《新闻联播》改版，播音员由一人改为两人主持和串联节目，画面上增加抠像和字幕，节目结束时打出编辑制作人员名单。这项改革措施受到观众称赞，节目形态保持至今。

1987年10月19日，《新闻联播》增加来自东欧广播联盟的新闻。

1988年，《新闻联播》开始采用由作曲家孟卫东创作的时长16秒的片头曲，该曲目沿用至今。

1988年4月1日，《新闻联播》播出中央电视台台长助理沈纪等在七届全国人大、政协一次会议记者招待会上提问，这是中央电视台记者在全国两会上首次提问。

1988年12月1日，中央电视台新闻中心正式成立，确定了采编播一条龙的管理体制。这一变动旨在通过体制创新来推动《新闻联播》的发展。

1991年9月1日，《新闻联播》通过国际卫星频道走向世界。

1991年12月19日，《新闻联播》播音员开始使用新闻提示器，不再低头看稿件，增强了与观众的交流感。

1994年7月21日，《新闻联播》直播了亚太一号卫星的发射入轨情况，首次在同

步报道中实现了同步编排播出。

总之,从 20 世纪 80 年代开始,《新闻联播》依照电视新闻传播规律,革新了传播内容和形式,更新了编排思想和技巧,组织了一系列影响重大的连续报道和系列报道,赢得了观众的持久关注,取得了良好的传播效果。

1996 年 1 月 1 日,《新闻联播》实现直播,时效性和新闻性进一步提高。具有表现为:"本台最新消息"明显增多,一些重大新闻事件第一时间在《新闻联播》中播出;在编排上打破了国内、国际新闻截然分开的两段式编排方式,改为国内、国际新闻四段式混合编排,并在荧屏右下角压上《新闻联播》栏目光标,以强化品牌栏目的权威性。根据央视调查咨询中心调查,节目混合编排期间,收视率提高了 1.19 个百分点。[①]

1996 年 4 月 1 日,《新闻联播》实现全球覆盖。

2000 年开始,《新闻联播》在保持节目权威性和全面性的基础上,大胆开掘消息题材,节目呈现出新特点:一是压缩了会议消息;二是加大了对重大突发事件、与老百姓贴近的服务性资讯的报道力度。

2003 年 3 月 28 日,中共中央政治局出台了《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》和《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的实施办法》。之后,《新闻联播》加大了会议新闻和领导同志活动报道改革的力度,改用"短新闻、大背景"的制作方法表现会议,即新闻来自于会议,但用会外纵深背景表现新闻内涵,加大背景介绍;加强会议的现场采访和人物专访,改变会议报道模式;适当减少会议新闻,缩短会议新闻时长;改进领导同志活动的报道角度,让观众不仅能了解到国家领导人的治国方略,还能领略到他们的个性魅力。

2004 年全国"两会"报道期间,《新闻联播》推出一系列会议新闻报道改革举措:

一是将会议期间的《新闻联播》全都控制在原定时长 30 分钟以内,同时加快节奏,增加单位时间内信息的密集度。譬如,"2003 年 3 月 3 日《新闻联播》时长 45 分钟,播出 11 条新闻,而 2004 年 3 月 3 日的《新闻联播》严格控制在 30 分钟,却播出了 32 条新闻"[②]。

二是多方配合,保证节目内容丰富,可看性强。譬如在每天的《新闻联播》中结合会议进程穿插配发了一些花絮性的新闻特写,其中基层代表真实自然的表达、各具特色的人物故事,极大地增强了程序性报道的生动性和鲜活性。

2006 年 3 月全国"两会"期间,全国政协委员叶宏明提交了题为《让〈新闻联播〉换

① 徐光春:《中华人民共和国广播电视简史(1949—2000)》,中国广播电视出版社 2003 年版,第 388 页。

② 张宁:《新做法带来新亮点——议 2004 年〈新闻联播〉"两会"报道》,载《电视研究》2004 年第 4 期。

换人》的议案。2007年12月6日开始，《新闻联播》栏目连续几天推出海霞、李梓萌、康辉、郭志坚四位新播音员，与李瑞英、邢质斌、李修平、罗京、张宏民、王宁等老播音员形成新老搭配的组合。这是继2006年6月5日康辉和李梓萌全新搭档主持节目后，《新闻联播》第二次变脸。此举被认为是中国新闻改革的一个突破点。[①]

2008年是《新闻联播》开播30周年，中央电视台于1月份对相关部门进行了整合、重建，专门成立了独立制作《新闻联播》的部门——《新闻联播》编辑部，着手从四个方面改进提高《新闻联播》：在策划方面，由过去的被动接收转变为主动策划；在组织方面，发挥统筹功能，以"订单作业"方式向各供稿部门组织稿件；在编辑方面，强化编辑功能，重点体现"三贴近"原则，改进节目语态，增强亲和力；在编排方面，对时政消息、主题消息、一般消息、国际消息等，根据新闻价值进行整体编排，突出《新闻联播》的新闻性，增加信息量；在言论方面，形成并突出自身的言论和观点，讲述老百姓的心里话。

2008年5月12日14：28，四川汶川发生里氏8.0级大地震。当晚的《新闻联播》特别延长了10分钟，及时播出了胡锦涛总书记对救灾工作的重要批示，插播了温家宝总理在飞赴灾区途中发表的讲话，显示了党和政府对汶川大地震的高度重视。曾几何时，《新闻联播》以不超时的改革举措赢得广泛赞誉。这一天却因特大地震灾害而出现超时，超得其"时"，深得人心。

2010年10月1日，中央电视台《新闻联播》精心策划，全新编排，安全、精准地实现了对嫦娥二号卫星成功发射升空及星箭成功分离实况的现场直播。这是中央电视台《新闻联播》开播32年来现场直播新闻的又一次创新和突破。

北京时间10月1日18：59：55开始，《新闻联播》保留了片头音乐这一标志性符号，运用画中画的方式，将卫星发射倒计时实况画面嵌入到报时时段和《新闻联播》片头的画面右下角，19：00：18片头结束，卫星发射现场实况充满全屏，观众在第一时间同步看到了振奋人心的卫星成功发射升空的壮观场面，现场直播了点火、升空全过程，并向观众预告了20多分钟后将进行星箭分离的关键节点。其后在19：25：05至19：27：11，《新闻联播》再次现场直播了嫦娥二号星箭分离的实况。两段直播长6分7秒。

30多年来，《新闻联播》以客观纪实手法记录了中国每一天的变化，是一部客观、真实、生动的历史教科书。目前，《新闻联播》是中国收视率最高、影响最大的电视新闻栏目，同时也是全世界拥有观众最多的电视栏目，在全世界17个国家和地区建立了

① 国家广播电影电视总局发展研究中心：《2008年中国广播电影电视发展报告》，新华出版社2008年版，第398页。

18个记者站(点),并与美国有线电视新闻网等全球知名电视机构建立了新闻节目交换合作关系,成为中国与世界相互了解的桥梁。

2. 其他新闻类电视节目的发展

1984年1月2日,中央电视台第一套节目综合频道《午间新闻》栏目开播,每天12:00首播,时长15分钟。开办《午间新闻》的指导思想有两点:一是提高新闻时效性,保证一些前一天没赶上《新闻联播》播出的新闻和当天上午的重要新闻能够及时在《午间新闻》中播出;二是增加新闻信息量,更多更好地向观众介绍中国科学、教育、文化、卫生等各条战线的新人、新事、新风尚,以及国际发生的重要事件。

1985年3月1日,中央电视台第一套节目《晚间新闻》栏目开播,每天22:00首播,时长10分钟。在时效方面,该栏目及时在晚间播出当天《新闻联播》没有来得及播出的和当天晚上的一些重要新闻。在题材方面,该栏目减少一般性经济新闻,增加一些人们关心的社会和文化、教育等方面的消息;为突出重要性,栏目与新华社、中新社及有关报社建立联系,广开稿源,争取不漏重要新闻。在编排方面,该栏目有两点突破:一是采用倒金字塔结构,混编国内、国际消息,将重要消息放在前面;二是首次采用新闻导语方式,由播音员串联,逐步向新闻主持人过渡。

1985年1月1日,中央电视台《经济生活》栏目开播,每周一在综合频道中播出3次,每次20分钟。其内容包括服务性、动态性经济消息和若干有关节目供应的服务性新闻专题节目。

1985年3月1日,中央电视台《晚间新闻》栏目开播,每晚22:00播出,每次10分钟。《午间新闻》播出时间也从以前的12:30改为12:00,每次15分钟。

1986年10月1日,上海电视台《英语新闻》栏目开播。这是中国内地第一个英语电视新闻栏目。

1986年12月30日,中央电视台也开办了面向外国观众的《英语新闻》栏目。

1987年2月1日,中央电视台在《经济生活》的基础上,推出《综合经济信息》栏目,每天21:00在当日同时推出的第二套节目经济频道首播,时长40分钟。《综合经济信息》在《经济生活》的基础上又增添了许多新内容,并以《经济新闻》、《市场信息》、《金融动态》、《信息发布会》、《消费者之友》、《经济纵横》、《经济博览》、《企业家园地》、《科技与效益》、《世界经济》等板块的形式固定下来。《综合经济信息》开播仅10个月,就播发经济消息6000余条,播出时间累计2.42万小时。[①]

① 乔云霞:《中国广播电视史》,中国广播电视出版社2007年版,第264页。

1989 年 1 月 1 日，中央电视台《体育新闻》栏目开播。

1989 年 5 月 7 日，北京电视台《哑语一周新闻综述》开播。

1989 年 6 月 14 日，中央电视台《新闻简报》栏目开播，每天 9：00 播出，时长 10 分钟。该栏目的开播在迅速传播国内外重要消息和扩大播出信息量方面都起了一定的作用。前一天晚间和夜间新华社播发的重要消息，都能在该栏目及时传播出去。1991 年海湾战争爆发和苏联 8.19 事件，中央电视台都是通过《新闻简报》最早进行详细报道的。而且，随着事态的发展，每次节目重播时，都不断增加新的消息，在新闻滚动播出方面进行了有益的尝试。为了增强节目的时效性，《新闻简报》1991 年 7 月 5 日又率先开始了直播，为实现中央电视台新闻栏目由录播向直播过渡积累了经验。

1989 年 12 月 28 日，中央电视台《经济半小时》栏目开播。

1992 年 8 月 31 日，中央电视台在第二套节目中开播《经济信息联播》栏目。该栏目内容以传播各类经济技术信息为主，汇集国内外最新信息，分宏观、新产品、财经、服务、国际五大类，每一类分别以若干小栏目形态出现。《经济信息联播》栏目的开播，受到社会各方面的赞扬。邓小平同志委托秘书打来电话"称赞《经济新闻联播》专门谈经济，开办的及时。它时间虽然不长，仅有 30 分钟，但每期的内容丰富，节奏明快，信息量大，对我国的经济发展，社会主义市场经济的发育，将会起到积极作用"①。

1992 年 10 月 1 日，中央电视台第四套节目中文国际频道开播时，创办了新闻栏目《中国中央电视台新闻》，每天 22：00 播出，每次 10 分钟。

1993 年 1 月 18 日，上海东方电视台开播，在国内首倡新闻滚动播出，《东视新闻》、《东视夜新闻》、《东视深夜新闻》每晚 3 次滚动播出。

1993 年 3 月 1 日开始，中央电视台第一套节目综合频道打破旧有消息报道栏目格局，每天的新闻播报由《早间新闻》、《午间新闻》、《新闻联播》、《晚间新闻》4 个栏目 4 次播报增至 12 次，并且除了《新闻联播》以外，全部实现直播和滚动播出。

1994 年 4 月 1 日，中央电视台第一套节目在每天 22：00 推出一档长度为 10 分钟的专门播送国际新闻的栏目《世界报道》。

同一天，中央电视台第一套节目《晚间新闻》栏目从内容到形式全面改版。在内容上，经济新闻、经验报道大幅度减少，科学、教育、文化、卫生、体育方面的内容也明显少于以前，社会新闻和评论则明显加大了篇幅和力度；在形式上，主播形象、片头、片尾、演播室布景等也都有了新的变化。改版后的《晚间新闻》长度为 8 分钟，在 22：00 的

---

① 于广华：《中央电视台大事记(1955.2—1993.3)》，人民出版社 1993 年版，第 382 页。

《世界报道》之后播出。

1994年5月1日，中央电视台第四套节目《中国中央电视台新闻》改为《中国新闻》。

1994年10月17日，中央电视台第四套节目《粤语新闻》开播，每天21：30播出，每次20分钟。

1995年4月3日，中央电视台第一套节目安排在中午12：00播出的《新闻30分钟》栏目开播，取代了原来的《午间新闻》。开播前，时任中央电视台台长杨伟光指出："在内容保持正确导向的前提下，大胆尝试新的电视表现形式。"[①]《新闻30分》讲求时效，题材贴近观众，并且经常采用记者现场报道的方式。创办当年，《新闻30分》就被评为中央电视台十大名牌栏目。

1995年5月5日，中央电视台第一套节目又开办了6：00档的15分钟的《早间新闻》栏目，使每天的新闻播报增加到13次。

1995年9月1日，中央电视台第一套节目的《晚间新闻》、《世界报道》、《体育新闻》合并成《晚间新闻报道》栏目，播出时间增加到45分钟，成为当时中央电视台跨时最长、报道量最大、报道面最宽的一档新闻栏目。

1999年7月5日，中央电视台第一套节目每天21：00推出全新的消息类新闻栏目《现在播报》。该栏目的定位是"汇集天下大事，关注老百姓和社会生活的方方面面"[②]。除了其快节奏、高密度、精制作、有深度等特点，《现在播报》最大的变化在于新闻内容更具贴近性，其"说新闻"的播报方式也令观众耳目一新。2003年5月，随着新闻频道开始试播，《现在播报》停播。

2000年11月27日，中央电视台第一套节目推出综合性国际新闻栏目《国际时讯》。与偏重于国际时事、政治的详尽报道和深度报道的《世界报道》不同，《国际时讯》以报道国外广义的文化资讯为内容定位：既有荟萃当日国际时事精华的时事新闻，也有追踪世界新发现、新发明的科技消息；既有强调世界多元化的文化报道，也有关注人类生存环境的地球故事，其时尚性、知识性、趣味性独树一帜。2008年3月24日，新版《国际时讯》以全新面目亮相中央电视台新闻频道，由资深国际新闻记者水均益主持，每周一至周五20：00至20：30播出。新版《国际时讯》在原版《国际时讯》的基础上进行了增版扩容，着力突出全球眼光和中国视角两个理念追求，更加偏重对国际硬

---

① 李风：《保证导向 大胆创新——〈新闻30'〉开播一周年来的探索之路》，载《中国广播电视学刊》1996年第5期。

② 辛文山：《从〈现在播报〉看电视新闻的贴近性》，载《新闻战线》2000年第3期。

新闻和热点问题的报道，成为新闻频道晚间一档综合性的国际新闻资讯节目。

2002年8月5日，中央电视台第一套节目推出《午夜新闻》，每天0：00至0：30播出。该栏目试图抓住零点这一时段里人们希望汇总信息、梳理信息的心理需求，以板块划分的形式，对当天的新闻进行汇总、解读、延伸，同时提供夜间发生的最新消息。《午夜新闻》主要分为《午夜聚焦》、《最新消息》、《午夜扫描》、《午夜轻松》、《午夜专访》等板块。

(三)成熟时期(2003—)

随着2003年5月1日中央电视台新闻频道的开播，中国电视消息的发展进入成熟时期。

中央电视台新闻频道每逢整点都有电视消息播出，突出时效性和信息量，实现滚动式、递进式、更新式报道。整点消息后的分类消息主要有财经、体育、文化、国际四大类，长达200分钟，作为整点消息的有效补充和深化。新闻频道的开播使电视消息更为快捷。在此后的一系列重大事件，特别是非典疫情、禽流感疫情、南方雨雪冰冻灾害、拉萨3.14打砸抢烧暴力事件、四川汶川大地震等重大突发性事件报道中，中央电视台新闻频道消息报道的优势日益凸显。

以四川汶川大地震报道为例，2008年5月12日14：28地震发生，14：50，中央电视台新闻频道即以滚动字幕“四川汶川发生7.6级地震”[①]作了报道。10分钟后，新闻频道值班主播耿萨在15：00的整点新闻中以头条口播：“来自国家地震局的最新消息：今天14：28，四川汶川县发生7.6级地震，具体位置在成都附近温江西北55公里(北纬31度，东经103.4度)。而我们刚从各种渠道得到消息，重庆、湖南、湖北、山西、陕西、河北、北京等地都有震感。有关地震的最新消息，我们将随时为您进行报道。”[②]15：04，该档新闻配发了四川汶川的简易图板这一画面信息。15：08，该档新闻又推出“突发事件”片头[③]，主播耿萨连线重庆电视台记者苟海东，重点询问了当地建筑物的损毁情况。15：20，新闻频道打破正常节目播出，推出特别直播节目。

---

① 后来地震级别两次修正至8.0级。汶川发生地震后，英国广播公司在14：30就发出了一条短讯。道琼斯新闻社和路透社的消息分别发布于14：36和14：37。新华社14：45发布第一条英文快讯。14：46，新华社发出中文快讯：“12日14：35左右，北京地区感觉到有地震发生。”14：53，新华网发出快讯：“四川汶川发生7.6级地震。”虽然境外媒体在地震新闻报道速度上抢占了先机，但中央电视台和新华社播发了有关震中和震级的较详细信息，在质量上占据了优势。

② 中央电视台新闻中心：《震撼：电视档案——5.12汶川大地震备忘》，中国民主法制出版社2008年版，第7页。

③ 该片头是一个棕底白字的小窄条，出现在屏幕正中偏下。而这是中央电视台第一次用“突发事件”四个字作为片头。

## 第三节　电视连续报道

### 一、定义

电视连续报道，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，在一定时期内，围绕某一新闻事件或事态，进行多篇跟踪式深度报道的新闻类电视节目形态。

电视连续报道各单元之间联系紧密，互为因果，由于报道持续时间长，可以形成浩大的声势和强大的舆论力量。

电视连续报道中的每个单元都在披露事物的最新变化。记者在新闻事件发展变化进程中，把一个长时段的动态过程拆分成各个演变阶段，就不必等待事态的结局，而是以事态的变动趋向为依据，在其变化的各个阶段随采随报。电视连续报道的显著特点是报道层次上的递进性。电视记者可以利用阶段的不完整性，在上一单元的结尾留下悬念，引导观众关注并追踪谜底，在一下单元释疑，并再推出一个悬念，使报道向展现事物的全貌方向不断深化。

电视连续报道的产生是基于对电视传媒特性的深入认知：由于电视节目每日定时播出，具有与人们生活同在的伴随状态，与人们形成一种互动，电视新闻传媒通过连续报道可以发挥其优势。对一个新闻事件或事态随着其发展进程，不断地推出后续报道，引进新的进展内容和观众的反馈，直至知道某些结果，能够形成一个长长的信息链，满足人的盘根究底、追根溯源的天性。

需要注意的就是，观众的接受是有一个度的。对于电视新闻记者而言，一方面需要从社会整体效益出发，将对个人需求的满足与社会价值结合在一起，坚守住电视连续报道的度。另一方面则需从传播学基本原理出发，把握好电视连续报道的最佳时间段。

电视连续报道的题材通常是重大的新闻事件或事态，它追踪事件或事态的最新动向，连续地做深入而详尽的报道。一旦发生为广大观众所关注的、能引起社会反响的重大新闻事件和事态，电视新闻记者就应立即出动，千方百计地追踪事态，连续不断地进行报道。

## 二、分类

电视连续报道可进一步细分为三种子节目形态：

一是进行式电视连续报道。这种形态着眼于事物的连续性，以事件发展顺序为线索，以时间为特点，不断地进行报道。任何一个事件或事态都有一个过程，它的发生、发展、变化、结局是呈阶段性的，是在运动中前进的；一些事件或事态本质的显露、高潮的出现、症结的揭示，常常需要有一个过程，由浅入深，由简到繁，由低级到高级，由渐变到突变，不可能一次完成，一时也难作总结式的专题报道，这就要进行式地反映，有条件的甚至要同步报道。

一是反应式电视连续报道。这种形态是把重要新闻事件或事态报道之后所引起的方方面面的一系列反应——报道出去，以扩大影响，形成舆论，给观众留下深刻的印象。大题材就要大开发，把报道做深做透。重大事件或事态报道一下不见了下文，一锤子买卖，就可惜了。

三是追溯式电视连续报道。这种形态从新闻事件或事态报道开始，连续地追溯报道事件或事态的起因、新闻当事人的历史等，使新闻立体化、深度化。

上述三种电视连续报道，经常糅合在一起交替使用，而不是截然分开的。实践中往往进行式中有反应式，反应式中有追溯式，总的目的是为了使报道逐步深化。在大型电视连续报道中，它们彼此配合，互相补充，相得益彰。

## 三、主要特征

### （一）时间的时新性

新闻事件和事态是客观事物发展变化的一个过程，它随着时间的推移而移形变态。从事件和事态发生的那一刻开始，电视连续报道就会对事件和事态的每一个新动向、新变化进行跟踪报道，让观众获知最新信息，并用这些不间断的报道，完成对事件和事态全貌的描述和解释。与等待新闻事件和事态尘埃落定才能最终完成的电视新闻专题相比，电视连续报道时效更强，篇幅更短，更符合新闻的特性。

### （二）内容的广博性

电视连续报道是围绕同一新闻事件和事态而多次进行的报道，因此在传达新闻信息方面，比单篇的长消息或短消息具有内容上的广博性。整个节目也因其内容之广

博、挖掘之深刻，大大提高了新闻价值。

从广博性这一差异元素出发，对新闻事件和事态的电视连续报道，每次都应以事件和事态进展的新动向为主要内容，后一次报道尽管内容上紧接着前一次报道，但也不能过多重复前一次报道内容。可以把前一次报道作为背景来简要介绍，重点放在事件和事态新的进展上，便每次报道都有新信息；此外，还应尽可能把事件和事态的纵向进展与横向开拓联系起来，向观众提供更多的新闻信息。

(三)叙事的悬念性

电视连续报道的悬念与文学作品中的悬念并不完全相同，其悬念是由新闻事件和事态发展的进程决定的，而不是记者刻意制造的。新闻事件和事态被时间天然地分割为一个个片断，这些片断自然地构成了连续报道的悬念。而后续报道中的新闻信息对前面报道中的新闻信息进行补充，从而满足观众被调起的胃口。但新闻事件和事态的延伸又决定了这种满足不可能是彻底的。这种补充在解释了旧悬念之后，往往又会设置新悬念。因此，一些精彩的电视连续报道不看则已，一看就令观众欲罢不能。

电视连续报道，尤其是跟踪重大突发事件和事态的电视连续报道，最能满足观众求知、求新、求奇、求特等迫切需求。如果牵涉到某种暧昧不明的事物正得到逐渐的展示，或者某一新闻人物处于结局不明的状态之中，或者某一事件和事态正处在结局逐渐到来之际，那么电视连续报道就会具有更大的吸引力，同时也会使传受双方形成情感上的联系。在电视连续报道中，悬念往往蕴涵在事件和事态发生的突然性、进展的曲折性和结局的突兀性之中。

(四)结构的完整性

电视连续报道从事件和事态的产生，一直追踪报道到事件和事态的结束，从总体结构上具有完整性。而这一结构上的完整性又是通过对事件和事态发展过程中的多次及时传播最终完成的。因此，其完整性是随着事件和事态发展的最新动向而逐渐显现的，而不是一下子就显现出来的，也不是像电视系列报道那样，在报道构思之初就已形成了。

电视连续报道的完整性和所报道事件和事态持续的时间跨度有关系。事件和事态本身持续时间短，在数天或一两个月内就能结束的，其完整性就能显现出来。如果事件和事态旷日持久，何时结束还难料定，或因事件和事态进展的结局为期尚远，不可能长久维持观众的兴趣，节目的完整性就会有所减弱。

(五)节奏的变化性

电视连续报道的节奏往往由事件和事态发展的状况决定，而不能由记者或编辑的整体策划来决定。尽管电视媒体部署采制连续报道时，会对每一条报道的任务和风格进行构思，从而使整个采制和播出过程更富有条理和内在节奏，但这种构思建立在预测基础上，而不是事件和事态发生以后对报道内容的一种详细安排，因此通常会随着事件和事态的发展而变更。所以，电视连续报道常常时断时续，没有一定之规，篇幅也可能时大时小，容易被湮没在众多其他新闻信息中。最糟糕的是，有许多事件和事态最后不了了之，无法进行后续报道。对于这种虎头蛇尾的电视连续报道，观众会产生反感。

## 四、历史源流

(一)发轫时期(1963—1983)

中国电视连续报道发轫于电视新闻纪录片。如 1963 年 12 月至 1964 年 3 月，周恩来总理、陈毅副总理访问亚洲 14 国，电视记者李华以《电视通讯》为题进行了连续报道，北京电视台先后播出了 26 次。[1]

(二)发展时期(1984—)

中国电视连续报道的真正发展始于 20 世纪 80 年代的新闻改革。

1984 年广东电视台采制的《广州市民争相献血抢救受伤工人》是中国内地最早出现的电视连续报道之一。1984 年 2 月 28 日，广州市自来水公司工人王世德遇车祸生命垂危，被送到广州军区总医院抢救。当时医院没有 AB 型血浆，不能做手术。医院急告电视台为之呼吁。为了抢救这位工人，当晚 7 时，广东电视台中断正常节目播出，插播了“求血”的紧急呼吁。电视记者预感到将有感人的事迹发生，立即去医院采访拍摄。并随着事态发展连续追踪采摄，做连续报道，引起社会广泛关注。

从 1984 年 7 月起，中央电视台《新闻联播》把连续报道作为新闻改革的一种尝试，有计划、有组织地采访一些典型单位、典型事件和带倾向性的问题，分别进行连续报道。先后报道的有《北京蔬菜供应中的问题》、《北京夜市》、《北京食品卫生》、《北京煤

---

① 刘习良:《中国电视史》，中国广播电视出版社 2007 年版，第 37 页。

炭一厂改变落后面貌，建成花园式工厂》、《北京崇文区集体企业越办越兴旺》、《北京乘车难》等。其中，10集电视连续报道《北京乘车难》因为涉及北京大多数百姓的切身利益，电视记者又深入现场，报道中加入了大量同期声，因而播出后产生了很大影响，受到中央领导的充分肯定，同时新闻报道的内容还引起北京市有关部门的高度重视，对问题的解决起到了督促作用。

在1984年度第二届全国优秀电视新闻节目评选中，首次设立了连续报道奖项，《广州市民争相献血抢救受伤工人》荣获特等奖。在1985年度第三届全国优秀电视新闻节目评选中，广东电视台的系列报道《广州市两万多名学生入学难的问题亟待解决》荣获一等奖。在全国各级电视新闻节目评选中，电视连续报道的获奖数量一直都占有较大比重，这为促进电视连续报道的发展起了重要促进作用。

1986年，四川电视台记者跟随洛阳长江漂流探险队，从长江源头到长江入海处吴淞口，采访达半年之久。四川电视台连续播发了48条新闻，中央电视台采用了其中的28条。

1987年中央电视台对大兴安岭火灾的报道，把连续报道推向了一个新的高度。1987年5月6日，东北大兴安岭地区发生了新中国成立以来最大的一起森林火灾。5月8日，中央电视台《新闻联播》栏目播发了对火灾的第一次报道。此后，随着火情和灭火工作的进展，中央电视台进行了长达一个多月的连续报道，共播发新闻100多条，既有每天的火情动态和军民奋力扑火的可歌可泣的事迹，也有灾后重建工作的报道和对大火留给人们的教训和思考的分析。这组连续报道规模之大、影响之广，在中国电视新闻发展史上都是罕见的，同时也标志着电视连续报道已走向成熟。

1988年湖南电视台的连续报道《长沙工商银行金库被盗》是新闻报道与破案同时进行的范例。

1988年上海电视台关于沪杭列车重大事故的报道，同样也是一组非常成功的连续报道。1988年3月24日14∶30，上海电视台接到通报事故的电话后，马上派记者赶到现场，抢拍下事故现场的景象，并于当天20∶24插播新闻。此后的10天里，上海电视台30多人连续采访拍摄，报道了清理现场、调查原因、抢救伤员、处理善后等一系列工作，把这一新闻事件发生发展的过程完整地呈现给了观众。

1992年以来，电视连续报道已经成为全国各级电视台自觉使用的新闻类电视节目形态，其时效性更强，报道方式也更加多样，不仅仅是事实性信息的传播，还加入了观点性信息。

1993年10月21日下午，金陵石化南京炼油厂310号油罐发生重大火灾事故。

事故发生之后，江苏电视台记者很快赶到现场，不断发布消息，并且利用几个新闻时段连续播发事件的全过程，不到一天的时间，连续派出 5 批 20 多人次轮番采访，进行了 3 次报道。11 月初，又就油罐起火原因及查处情况进行后续报道。在报道新闻事实的同时，加入调查过程和记者点评，使《军民奋力扑救南炼 310 号油罐大火》这一系列报道具有全方位的信息并给人以启迪。

1995 年 5 月，中央电视台记者采访广东珠海一家公司被湖北汉川县第一织布厂骗买了质量低劣的工业滤网布的事件之后，采制了消息《广东珠海发现一起骗销事件》，播出之后，全国十多家被骗单位纷纷来向中央电视台记者反映他们受骗的经过，记者对他们反馈的信息加以分析后发现，他们受骗方式一样，而且行骗一方都是汉川织布厂，于是及时发出第二篇消息《全国多家企业在"湖南汉川骗买骗销事件"中受骗》。随后又在各个时段连续播发了 26 篇报道。从这一新闻事件出发，相关的报道通过对法律界、金融界、经济界专家的采访，对受骗者自身责任进行剖析，对案件进行多方位的审视，形成一时的舆论中心，产生了较为理想的传播效果。

此后，全国每年都有一些优秀的电视连续报道问世。譬如，江苏电视台 1996 年采制的《南京江浦县水利工程"稻草堤"事件连续报道》，中央电视台、湖北电视台、宜昌电视台 1997 年采制的《三峡工程大江截流连续报道》，浙江电视台 2000 年采制的《杭州注水肉事件连续报道》，上海东方电视台 2001 年采制的《新疆兄弟紧急求援 上海各界伸出援手》，中央电视台和大连电视台 2002 年采制的《"五七空难"连续报道》，黑龙江电视台 2003 年采制的《齐齐哈尔"八四"事件连续报道》等。

但从总的走向上看，传统意义上的电视连续报道在数量上和质量上都不乐观。主要原因在于，随着电视新闻现场直播的日常化和小型化，许多重大新闻事件，特别是重大突发事件的报道更多地采用了连续式现场直播或间断式现场直播的节目形态。传统的电视连续报道只有不断融入直播报道、现场报道、连线报道等差异元素，才能不断创新，保持电视连续报道应有的生机和活力。

## 第四节　电视系列报道

### 一、定义

电视系列报道，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，在一定时期内，围绕某一新闻主题或已经发生的某一事件和事态，进行多角度、多

侧面、多层次、多方式的多篇式深度报道的新闻类电视节目形态。

电视系列报道一般不去刻意追踪和描述事件和事态的发展过程，而是深入分析解剖报道对象，有较强的透视力和思想性。电视系列报道的各个单元一般是预先策划布置的，相对独立成篇且各有侧重，虽然没有电视连续报道那样的层层递进关系，但也要对主题形成呼应并形成一定的体系。

观众的思维是发散性的，对新闻信息的需求呈现一种辐射状态，这就需要通过电视系列报道对新闻信息进行全方位的吸纳，以集中传播形成规模，扩大新闻信息的社会影响，满足观众对某一新闻事件和事态整体把握的要求。

电视系列报道和电视连续报道都具有多集、深入、持续播出的特点，有着明显的内在关联。简单地说，电视连续报道和电视系列报道是核心事实在不同新闻叙事线索上移动的结果：当核心事实在一条新闻叙事线索上纵向移动时，所出现的多篇式报道通常就是电视连续报道；当核心事实在多条新闻叙事线索上横向移动时，所出现的多篇式报道通常就是电视系列报道。

鉴于压缩评奖项目的要求，目前各类电视新闻节目评奖中都把电视连续报道和电视系列报道合并为一个项目。中国广播影视大奖评奖规则要求参评的电视连续报道和电视系列报道每集不超过 5 分钟。[①] 尽管如此，两者还是有着明显的差异：

一是题材选择的差异。电视连续报道的题材大多为事件性新闻，特别是那些重大突发灾难事件的报道；电视系列报道的题材大多为典型经验报道和反映各方面成就等非事件性新闻的报道。

二是报道时效的差异。电视连续报道重视时新性，即每条新闻按时效性要求，都是最新报道；电视系列报道重视时宜性，即每条新闻都是适合当前形势需要的报道。

三是报道序列的差异。电视连续报道的结构是追踪事件和事态发展，具有不可更改的有序排列；电视系列报道的结构是同一主题的不同侧面，则具有以横向联系为主的、不同角度的各条新闻之间的“无序”排列。

四是传播功能的差异。电视连续报道多是事件性新闻，特别是重大的灾难性突发事件和事态；电视系列报道的题材多是反映主旋律的，具有很强的导向性和宣传性。

## 二、分类

电视系列报道可进一步细分为三种子形态：

---

① 参见李丹：《中国广播电视评奖档案(1988—2005)》，新华出版社 2006 年版，第 74 页。

一是纵深式电视系列报道。这种形态是围绕一个新闻主题或已经发生的某一事件和事态，深入挖掘新闻背后的新闻，逐步呈现事物全貌，挖掘事物内在本质，使人们的认识不断深化。

二是并列式电视系列报道。这种形态是对某一新闻主题或已经发生的某一事件和事态的不同侧面，进行全方位、多侧面、多角度的报道，使有关问题的多方面联系充分显露，以便观众判断和取舍。

三是追踪式电视系列报道。这种形态是围绕某一新闻主题或已经发生的某一事件和事态，以时间为脉络，不断挖掘事物的本质意义，全面、深刻地揭示内涵，给观众以更多的思考空间。

## 三、主要特征

### (一)选题的计划性

电视系统报道在播出之前已经有了完整的选题计划。电视系列报道不是伴随新闻事件和事态的发生而切入的，而往往是在新闻事件和事态发生以后，记者站在一个统观全局的高度，用分析和综合的手段对新闻事件和事态的各个重要方面进行全面的报道。

电视系列报道一般是把长篇深度报道分割成篇幅相近、内容均衡、风格相似的几个部分后有计划地连续播出，各播出单元之间存在着篇幅、内容、风格上的一致性。由于能够对报道进行整体的策划，电视系列报道的布局一般比较精致，后一播出单元与前一播出单元很少出现信息上的重复，也能够避免因为信息分布不均匀而出现虎头蛇尾的现象。

### (二)主题的同一性

主题的同一性是电视系列报道的灵魂，决定着电视系列报道的品质。没有一个统一深刻的主题，往往会削弱各报道单元内容上、传受上的联系，直接影响电视系列报道的旨趣追求。

电视系列报道的题材大多是主题性的、思想性的，而非单纯事件性的、事态性的。电视系列报道着重于通过多次报道突出体现某种主题和思想，挖掘某种共性，反映具有普遍意义的状况或趋势，以引起社会舆论的重视。可以说，电视系列报道是由各集报道贯穿起来的主题性报道。所以，电视系列报道并不限于客观描述具体事件和事态

的现状，也不满足于单纯揭示具体事件和事态的发展变化，而更多地通过对具体事件和事态的叙述和议论，达成宣传和阐释某种主题和思想的目的。

（三）信息的密集性

电视系列报道就整体来说，同样具有电视深度报道的信息广博、密集的特点。电视系列报道各集之间主要是横向的、空间上的联系，但每个报道单元本身又要注意纵向的开掘。讲今天的成就离不开昨天的历史对比，离不开昨天的资料。电视系列报道要重视资料的挖掘运用。对过去的事实，在今天要用新的视角开掘和整理，从而提炼出新的信息价值。

电视系列报道不局限于单一事件和事态的阐释，而是就一个既定主题选取多种事例，反复引申，侧重于事物之间的横向逻辑联系。由于各报道单元之间没有明显的承上启下的联系，改变其播出顺序也不会影响人们对报道主题的理解。

电视系列报道的内容多为非事件性新闻。譬如综合成就报道、典型经验报道、群体英模报道等。其报道的领域具有广泛性、日常性；选取的事实不局限于一时一地；具有广阔的存在空间，其发生的缘由也是多方面的。其新闻价值一般不像事件性新闻那样很快丧失，而是通过多种事实积累并加以剖析综合体现出来，更能反映事物的本质。其报道对象大致有两种情况：一是持续报道彼此独立存在却反映了事物共同本质的事实，所报道事实在成因上存在相互关联，但时间上没有关联，即以众多的、并存的、以不同面貌出现的各种事实揭示同一个主题；二是对某一重大典型事件，从不同角度发出多篇报道，以全面、深刻地揭示其意义。

（四）传播的系统性

表面上看，电视系列报道中的每一篇都是独立成章的，是围绕同一主题的一个角度或一个侧面的报道，似乎是一种无序结构，因此，播出的次序前后安排都无碍大局。实际上，电视系列报道也是有序的，是由主题、题材、内容等元素构成的整体报道系统的有序排列与组合。

譬如，中央电视台的系列报道《弹指一挥间》一共播出了 57 集，形成一个系列，每集中又包括至少 3 条消息，从而形成了一组小系列。大小系列的结构排列都是精心选择的，从宏观到微观，大到国家整体实力，小到与人民生活相关的方方面面。整体系列报道从科技、经济到文化、生活，题材由大到小，从宏观的国力展示到微观的百姓生活，在观众中形成系统化的接受心态。

在每集之间的排列同样也是有一定规律可循的，即讲究内部的组合。每集按行业划分，同时有点有面，点面结合，既有全国的成就，也有具体情况，还有人物的报道。以《核工业》一集为例，第一条是关于我国核工业的历史、现状及发展前景的整体情况的报道；第二条是关于四川省核工业发展和秦山核电站工程建设最新进展情况的报道；第三条是关于我国核工业领域里的科技工作者、我国著名晶体器件专家叶迪生的人物报道。

## 四、历史源流

### （一）发轫时期（1962—1983）

与电视连续报道一样，中国电视系列报道也发轫于电视新闻纪录片。1962年4月23日起，北京电视台连续十多次播出记者李华在老挝拍摄的新闻纪录片，然后又选择其中11个选题精编后，分为上下集，定名为《老挝在前进》，分送参加日内瓦14国会议的越南代表团、富马亲王和苏发努冯亲王。这是国际上最早对老挝问题的电视报道。[①] 1963年底到1964年初，李华又跟随周恩来总理访问非洲14国，共拍摄了16毫米胶片24万英尺的素材，编成了20条10至20分钟的《电视通讯》，先后播出26次，并汇编成《周总理非洲之行》上下集。

### （二）发展时期（1984—）

真正体现电视系列报道规模化优势的，是中央电视台1984年推出的反映新中国成立35年来建设成就的系列报道《光辉的成就》和《六五成就》。

电视系列报道的题材多为配合党和政府中心工作的成就报道。在一段时间里，这类报道存在较浓厚的宣传意味。其内容是连续地宣传成就，譬如某个部门或地区的工作业绩、某个单位或个人的先进事迹等。结构多是画面加解说的模式，解说词内容比较概括，罗列一堆数字，说一番经验，就成就谈成就，这种刻板的报道缺乏吸引人的内容。

上述情况到1987年发生了变化。从9月30日至10月24日，中央电视台联合山西、广东、广西、北京、江苏、黑龙江、上海、陕西、大连、安徽、天津、山东等电视台，在《新闻联播》中推出了25集大型系列报道《改革在你身边》。

---

① 刘习良：《中国电视史》，中国广播电视出版社2007年版，第37页。

《改革在你身边》是一组反映改革开放初期成就的电视系列报道。根据当时的形势和观众心理的变化，主创者力图改变以往这类报道居高临下作宣传的冷面孔及画面加解说的老套路，从与大多数人密切相关的事情入手，从老百姓身边的事情入手，讲老百姓挂在嘴边的话题，说老百姓看得到的实惠事。报道联系一个方面、一条战线，客观而深刻地反映了改革以来国家、社会、人民精神面貌的巨大变化。节目播出后，受到社会各界的广泛好评。

《改革在你身边》把电视系列报道推向了一个高潮，此后各地电视屏幕上相继推出了一批平易近人、易为观众接受的反映成就的系列报道，譬如上海电视台的 8 集系列报道《橱商十年话改革》、浙江电视台的 10 集系列报道《浙江工业企业在困境中前进》等。

电视系列报道的又一个高潮是反映新中国成立 40 年成就的《弹指一挥间》。这也是电视系列报道从每条新闻同一主题的横向联系的报道模式发展到栏目化，以集为单位系列播出的起始。《弹指一挥间》从 1989 年 9 月 10 日首播到 11 月 7 日结束，共播出 57 集，180 条新闻，总长 500 余分钟，是中央电视台建台以来消息类电视新闻节目中时间最长、内容最多、反响最大的一次电视系列报道。播出后受到邓小平、江泽民、李瑞环等中央领导同志的赞扬和亿万观众的欢迎，被誉为催人奋进的精神食粮，爱国主义教育的好教材。《弹指一挥间》的成功，标志着中国电视系列报道已经发展到一个新阶段，为此后进行大型电视系列报道开拓了新领域。

此后，中央电视台几乎每年都配合形势需要，独立或联合各地方电视台共同推出多个大型电视系列报道，如 1990 年的《看今朝》、1991 年的《祖国大家庭》、1992 年的《神州万象新》、1993 的《风雨兼程话京九》、1994 的《沧桑巨变》、1995 年的《张家港市精神文明建设》、1996 年的《边疆行》、1997 年的《来自黄河断流的报道》、1998 年的《'98 抗洪系列报道》、1999 年的《南联盟科索沃危机》、2000 年的《安徽省农村税费改革》、2001 年的《新世纪 新中国》、2002 年的《关注黑土地》、2003 年的《抢救石缝中的家园》、2004 年的《经典中国》、2005 年的《创新中国》、2006 年的《建设新农村》、2007 年的《喜迎十七大——经典中国 · 辉煌成就行》、2008 年的《经典中国 辉煌三十年》、2009 年的《共和国从这里走来》、2010 年的《我的这五年》等。这些大型电视系列报道一方面坚持唱响主旋律，一方面坚持节目形态创新，为电视系列报道这种具有鲜明中国特色的电视新闻节目形态的健康发展，作出了重要贡献。

# 第五节　电视专题报道

## 一、定义

电视专题报道，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，对新近或正在发生、发现的事件或事态进行单篇专题式深度报道的新闻类电视节目形态。

电视新闻节目早期只有新闻片和专题片两种形态，前者是消息，是对新闻事件和事态作简短而快速的报道，后者是用专题的形式对新闻事件和事态作详尽而深入的报道，又称新闻专题。当电视发展到栏目化阶段，涌现出一批可作专题报道的新闻性栏目，也因此产生了电视专题报道的称谓，它更强调专题报道作为节目形态的存在。

## 二、分类

电视专题报道可细分为叙事性电视专题报道和思辨性电视专题报道两大类。

### (一)叙事性电视专题报道

叙事性电视专题报道是以叙事为主要结构方式的电视专题报道，可进一步细分为三种子形态：

#### 1. 典型类电视专题报道

典型类电视专题报道是对体现时代精神、具有榜样作用的典型人物或典型集体进行介绍式深度报道的电视专题报道。

典型类电视专题报道题材固然要注意报道对象本身的意义和知名度，也要遵循贴近观众的原则，力求与观众在一定时期内的特定需要与行为动机相吻合，这样才能引起观众的注意和兴趣，收到预期的传播效果。

#### 2. 现场类电视专题报道

现场类电视专题报道是对重大新闻事件和事态进行现场式深度报道的电视专题报道。

随着电视记者的新闻业务水平与电视技术保障的提高，对重大新闻事件和事态，记者要及时追踪到现场，伴随事件和事态进程作详尽的报道。现场类电视专题报道以

极强的时效性和现场感而为观众欢迎。

3. 总结类电视专题报道

总结类电视专题报道是对重大新闻事件和事态进行综合回顾式深度报道的电视专题报道。

总结类电视专题报道与现场类电视专题报道的共同之处是:对重大新闻事件和事态的深度报道。不同之处是:现场类电视新闻专题是在新闻事件和事态发生进展过程中作现场同步的详尽报道,事件过程的时空相对集中;而总结式电视专题报道,时空则相对延伸和拓展。

(二)思辨性电视专题报道

思辨性电视专题报道是以思辨为主要结构方式的电视专题报道,可进一步细分为三种子形态:

1. 分析性电视专题报道

分析性电视专题报道是对重大新闻事件和事态进行分析式深度报道的电视专题报道。

分析性电视专题报道的内容走向是它不仅要说明发生什么新闻事件和事态,更重要的是要阐明为什么会发生这种新闻事件和事态,对“为什么”的分析,是报道注重的焦点,也是分析性电视专题报道的侧重点。在具体操作上,分析性电视专题报道强调的是对新闻事件和事态的剖析功能。

2. 解释性电视专题报道

解释性电视专题报道是对新闻事件和事态进行解释性深度报道的电视专题报道。

解释性电视专题报道把阐述清楚某一新闻事件和事态作为报道的出发点和目的,着重于解疑释惑,即解释清楚相关问题,以消除观众的疑惑。从题材上看,解释性电视专题报道着重于新事物、新现象、新决策的解读。每当一个新事物、新现象、新决策问世,公众对它们不甚清楚时,都有必要向公众解释清楚,用公众易懂的、能接受的方法进行深入解读。

3. 调查性电视新闻专题

调查性电视专题报道是对新闻事件和事态进行调查式深度报道的电视专题报道。

在我国电视新闻界,调查性电视专题报道,又称电视新闻调查,越来越受到重视。

成功的调查性电视专题报道因为能切中时弊，并促成问题的解决，因而在社会中引起巨大的反响。有关调查性专题报道将在下一节“电视新闻调查”中深入探讨。

## 三、主要特征

### (一)题材的重要性

与电视消息题材面广泛不同，电视专题报道的题材需要精选。抓准题材，不仅指重大题材，也是指人们所关心的热门话题和人们实际生活中迫切需要解决的问题。正确判断和选择题材，需要记者有较高的新闻业务水平，善于发现，也善于提炼思想，能从看似平常的事物中，挖掘出有重大价值的新闻。电视专题报道题材的选择要注意社会性和群众性，主题提炼要有思想性和导向性。

对题材是否重大的认定，可以从两个方面来考察：一是新闻事件和事态本身的影响面比较大，关注的人很多。如 2000 年 12 月初，韩国朝鲜两国离散家属的第二次会面经过两国领导人的会晤终于确定。这次会面对于韩朝离散了 50 年的众多家庭来说，无疑是一个重大新闻事件；对于结束朝鲜半岛对立，推动世界局势走向和平来说，无疑也是一个重要的契机。就这一典型的重大题材，中央电视台也以《重逢——韩朝离散家属》为题进行了报道，并毫无争议地获得了中国广播电视新闻奖 2000 年度电视新闻专题一等奖。二是新闻事件和事态属于局部性的，直接影响不大，但意义重大，对全局有借鉴价值。如江西电视台 2003 年做过一期新闻专题节目《“双汇风波”始末》。河南“双汇”品牌冷鲜肉进入江西南昌市后，遭到南昌市商贸委和市肉品稽查大队的封查和处罚，直到南昌市政府介入，这场历时两个多月的风波才得以化解。事件虽然只涉及南昌一地，但在全国大力推进统一开放、公平竞争的市场经济的大背景下，“双汇”风波背后的地方保护主义的危害却是非常值得其他地区警觉的，这正是节目的重大意义所在。

### (二)内容的深度性

电视专题报道是单篇式电视深度报道的重要形态之一，是电视消息的延伸和拓展，具体表现在：(1)报道时间的延伸。根据 2004 年中国广播电视政府奖评选拟定的标准，电视短消息时长在 1 分 30 秒以内，电视长消息在 1 分 30 秒至 4 分钟之间，而电

视专题报道可以达到 20 分钟，信息容量更大。[1]（2）报道内容的延伸。电视专题报道不是加长版的电视消息，而是电视消息的深化，能够在包含电视消息提供的时间、地点、人物、事件等显性信息的同时，进一步提供原因、过程、结果、意义等隐性信息。（3）传播形式的延伸。电视专题报道通常在固定新闻栏目中播出，有时也可作为特别报道节目播出。

电视专题报道强调深度，注重全面、详尽、深刻。它不能简单地介绍事件和事态的经过，简单地传达某种结论，简单地进行是非判断，而必须多角度、多层次地展现有关新闻事件、事态和相关背景，对观众感兴趣的事实进行全面介绍，对观众感到疑惑的事实进行解释，对观众无法把握的事实进行分析，使其了解新闻事件和事态发生发展的来龙去脉、前因后果和现象背后的本质。总的说来，衡量电视专题报道一般从深度、宽度、高度三个方面来考察：深度是对事物原因规律方面的把握；高度是对事物意义价值方面的把握；广度是对事物相关因素的把握。

电视专题报道可以从电视消息中选取有价值、有影响的素材，增加背景资料，补充相关事实，对内容进行横向的拓展和纵向的挖掘，将其置于整个社会大环境和历史发展中进行审视，从而体现深度性。

### （三）报道的时宜性

电视专题报道不仅要报道具有无可置疑的确定性的事件及其时间、地点、人物和过程等信息，还要报道必须待事物发展到一定阶段才能逐步显现出来并被人们认知的原因、结果、影响、意义和走势，这就需要经过一个深入挖掘和理性分析的过程。因此，与电视消息相比，电视专题报道的时效性要弱一些，而更讲求时宜性。

电视专题报道的时宜性不仅表现在记者对事物发展进程的先知先觉和总体把握上，也体现在其政治敏感、全局意识和对事物的认知程度上。1998 至 2002 年，黑龙江省累计投入 250 亿元实施粮食保护价收购，对农业种植业进行补贴。然而，巨额的补贴却被消耗在中间环节，在省财政资金捉襟见肘的同时，农民的收入持续减少，种植面积持续下降，不改革没有出路。2003 年 1 月，中央电视台农村工作会议提出，将“三农”问题作为全党工作的重中之重。2003 年 3 月，黑龙江省开始实施改革，逐步取消粮食保护价收购，把给农民的间接补贴调整为直接补贴，但这就意味着粮食部门将损失巨大的利益。因而，在省里召开的粮改会议上，省政府领导的讲话受到“粮食人”的

---

① 江欧利：《中国广播电视新闻奖 2003 年度新闻佳作赏析》，新华出版社 2005 年版，第 471 页。

冷遇，破天荒地连一次象征性的掌声都没有。面对这场注定不平静的改革，黑龙江电视台记者感到了记录改革过程的社会意义和新闻价值，他们确定了 8 个县近 20 家粮食企业为采访对象，并选取相关地区的 50 多个农民进行了近一年的全面跟踪采访。2003 年 12 月 22 日，黑龙江电视台播出了《艰难的“粮改”》，对粮改第一年进行全面分析和总结，深刻揭示了粮改过程的种种矛盾和阻力，上至省级领导，下至普通农民，在社会各界和各阶层中都引起了很大反响。[①]

#### (四)表现的多元性

电视专题报道要根据主题的需要，运用电视多种表现方法和播出方式，尽可能鲜明、生动地传达主题思想。电视专题报道在力求图像、解说、同期声完美结合的同时，要适当采用字幕、特技、动画、音乐等视听元素，以增强节目的信息量和感染力。

电视专题报道承载着深度报道的大题材和大容量，有很强的现实针对性，并力求对推动问题解决提供契机或对事物发展提供方向指引，其采摄制作时间也较电视消息报道长，因此需要有完整的构思，在采编播各环节上要更加充分地调动运用诸多结构方式，在画面编辑上也要更精致些。总之，电视专题报道要求节目内容与形式的完美结合。

### 三、历史源流

#### (一)发轫时期(1958—1979)

中国电视史上第一个电视专题报道，是 1958 年 10 月 1 日北京电视台记者摄制的新闻纪录片《首都庆祝建国九周年》。该报道片长 20 分钟，是将首都各个特定地点的重要庆祝活动报道汇总而成的专题。“据不完全统计，从 1958 年到 70 年代末，仅北京电视台新闻部拍摄的专题纪录片就将近 500 部(集)。”[②]

早期的电视新闻长纪录片除使用 16 毫米胶片，与使用 35 毫米胶片的电影新闻纪录片有所不同之外，在观念和创作手法上与电影新闻纪录片如出一辙：一方面它继承了电影新闻纪录片端庄、严谨、规范、干净等特点，也带有电影新闻纪录片面面俱到、千篇一律等程式化弊端。为了追求艺术效果，补拍、摆拍甚至导演，是经常采用的方法；

---

① 中国新闻奖评选委员会办公室：《中国新闻奖作品选(2003 年度・第十四届)》，新华出版社 2004 年版，第 439—451 页。

② 何苏六：《中国电视纪录片史论》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 15 页。

另一方面，报道面过于狭窄，几乎都是成就性报道，而社会新闻、批评报道几乎没有。

尽管有这样或那样的局限，但早期的电视新闻长纪录片仍然真实地记录了许多重大历史事件。譬如：1965 年 1 月第三届全国人民代表大会第一次会议开幕，周恩来做政府工作报告，选举和决定国家领导人，毛泽东、刘少奇接见全体代表以及大会闭幕；1964 年 10 月 16 日，中国第一颗原子弹爆炸成功；1965 年 5 月第二颗原子弹爆炸成功；对新疆和西藏建设成就的专题报道；对王杰、焦裕禄、王进喜、郭凤莲等英雄人物的专题报道等。

除自己采制的新闻长纪录片以外，北京电视台还编辑了大量的源自国外通讯社的新闻长纪录片，譬如 20 世纪 60 年代北京电视台播出的《美帝在越南的暴行》、《斗争中的多米尼加人民》、《美国黑人在觉醒》、《五洲震荡风雷激》等。

(二)发展时期(1980—2002)

进入 20 世纪 80 年代，中央电视台和地方电视台改进了摄录和编辑系统。电子新闻采集系统、现场制作设备、电子编辑设备的采用，改变了过去那种主要使用胶片的单一手段，电视专题报道逐渐摆脱电影新闻纪录片制作模式的影响，电视独有的现场感、参与性、兼容性等特点在实践中被探索应用。

中国革命的光荣历史，改革开放的伟大成就，社会主义现代化建设中涌现的新人、新事、新风尚、新成就等，都是电视专题报道的重要题材，如展现中国人民解放军 60 年历史风云和光辉业绩的《让历史告诉未来》(中央电视台)、为配合党的十三大召开而制作的《改革——希望之光》(中央电视台)、报道为祖国的气象事业贡献毕生精力的《知识分子的优秀代表——雷雨顺》(中央电视台)、报道山东牟平县宁海镇西关村搞活经济走上富裕之路的《渤海岸边的一颗明珠》(山东电视台)、反映中年知识分子先进代表李桂莲为改变贵州山区落后面貌而忘我工作的《江水河畔女财神》(贵州电视台)等。

1986 年 9 月 26 日 19：35，中央电视台播出了由中央电视台专题部摄影记者傅思和中国国际广播电台记者计三猛自愿结合采制的关于六届全国人大审议《企业破产法》的电视专题报道《六届全国人大常委会第十七次会议采访纪实》。这是中华人民共和国成立后，新闻媒体第一次详细报道国家最高权力机关民主立法的讨论过程。

两位记者用了 22 盘录像带记录了 50 多位委员的发言同期声素材。通过节目的播出，热心改革的有识之士希望通过《企业破产法》。他们既全力推动经济改革的进程，又热切要求民主政治的进步。1986 年 12 月，六届全国人大常委会第十八次会议批准了试行修改过的《企业破产法》。这一电视专题报道是一次关于改革的报道，又是

一次对报道的改革，在中国电视新闻史上留下了浓墨重彩的一笔。

1987年三四月间，全国政协六届五次会议和六届全国人大五次会议召开。“两会”期间，中央电视台以最快的速度录像播出了8场记者招待会和中国领导人会见记者、人大代表、政协委员的实况电视专题报道。这种打破常规的做法，在中国电视新闻史上也是第一次，在新闻界内外产生了广泛而深远的影响。

（三）成熟时期（2003—）

在20世纪末90年代初，以中央电视台《焦点访谈》为代表的一大批以深度报道见长的电视栏目播出了大量专题报道，标志着中国电视专题报道的发展进入成熟时期。

譬如中央电视台《焦点访谈》栏目播出的《重庆针织厂破产一年半——对一起企业破产的报道》、《难圆绿色梦》等。前者题目就直接说是对一起企业破产的报道。后者在1996年度中国广播电视新闻奖评比时，报送的是新闻评论奖，结果却得了新闻专题一等奖。该节目的主创人员解释说，他们只是充分发挥了电视新闻评论的特点，始终不脱离具体的事实，而观众也喜欢事实的报道，不喜欢你评头品足。事实是，这期节目确实发挥了电视直观形象的叙事特点，但却淡化了评论特质。[①]

再譬如，2007年11月6日至8日，中央电视台第一套节目播出了3集系列专题报道《纪录中国》，以此纪念中华全国新闻工作者协会成立70周年和新中国第八个记者节。该片以严谨的态度和独特的视角，带领观众走进了近百年来中国革命新闻事业不同寻常的历史，用无可辩驳的事实阐释了新闻事业始终是中国共产党领导的中国革命事业的重要组成部分。《纪录中国》以重大新闻事件的先后顺序为经，以不同时代著名记者的活动为纬，选取五四运动以后中国共产党领导下的新闻事业的艰难初创、新中国成立后中国共产党领导下的新闻事业空前发展、改革开放以来中国共产党领导下的新闻事业兴旺繁荣三个重要历史阶段，对中国新闻事业的发展脉络进行了系统梳理，对中国共产党根据不同历史任务所制定的新闻政策进行了精准阐释，对新闻工作在革命进程中所起的重要作用进行了客观总结，这在电视作品中，还是第一次。[②]

---

① 有学者认为：“从节目形态上来看，《焦点访谈》其实属于新闻专题，这种形态单一、传播单向的节目形态严重制约了电视新闻评论的发展。”（谭天：《评论节目的语态变化》，载《中国广播电视理论动态》2008年第2期。）

② 孙金岭、张晓明：《一部爱国主义教育的生动教材——电视专题片〈纪录中国〉观后感》，载《人民日报》2007年11月10日。

# 第六节　电视新闻调查

## 一、定义

电视新闻调查，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，对一些人或组织未知的事实真相进行单篇调查式深度报道的新闻类电视节目形态。

电视新闻调查又称电视调查报道或调查性电视专题报道。中国电视新闻调查节目形态是西方调查报道理论与中国电视新闻实践结合的产物，在内容和形式上，都是对西方新闻界传统的揭丑型的调查性报道的拓展和扬弃。其调查内容除追踪某一特定罪犯或揭露丑闻黑幕外，还可以系统地调查研究政府机构、公司企业以及整个社会体制中存在的痼疾和缺陷。调查的手段也不仅仅为秘密的内线联系，还可通过搜集已经公开的资料文件，对其加以组织、归纳、分析，从中发现问题，促进社会发展。

许多电视记者将电视深度报道等同于电视新闻调查，并不理解电视新闻调查的核心和内涵，导致一些电视媒体动辄将节目命名为电视新闻调查，这种做法是不利于电视新闻调查的发展的。

## 二、分类

从不同的角度，电视新闻调查主要有三种分类方法：

### (一)按照调查目的分类

按照调查目的，电视新闻调查可进一步细分为两种子形态。

#### 1. 揭露性电视新闻调查

揭露性电视新闻调查往往通过采访调查来揭露隐藏在事件和事态背后的内幕和问题，比较接近西方传统揭丑式调查报道，在舆论监督中发挥着重要作用。

#### 2. 揭示性电视新闻调查

揭示性电视新闻调查大多是通过对某一新闻事件、事态、人物的调查采访，揭示其背后深层次的原因和矛盾，抓住本质，以引发人们对新闻事件、事态、人物所代表的同一类问题或现象作深层次的思考。

### (二)按照调查内容分类

按照调查内容,电视新闻调查可进一步细分为三种子形态。

#### 1. 事件类电视新闻调查

事件类电视新闻调查通常是围绕一个新闻事件展开调查,有时也可能是由某一新闻事件而引发的对一系列事件的调查。

#### 2. 主题类电视新闻调查

主题类电视新闻调查针对某种问题或现象而展开专项采访调查。主题类电视新闻调查包罗万象,强调对于主题的发现和挖掘,具有较强的针对性和导向性。

#### 3. 人物类电视新闻调查

人物类电视新闻调查是围绕一个新闻人物进行采访调查的节目,一般是通过对话方式讲述新闻人物的人生道路、探析新闻人物的心路历程、展现新闻人物的性格特征,最终通过新闻人物以小见大地折射社会现象和社会问题。

### (三)按照调查方式分类

按照调查模式,电视新闻调查可进一步细分为三种子形态。

#### 1. 探访式电视新闻调查

在探访式电视新闻调查中,电视记者像侦探一样介入某调查对象,力求在真与假、善与恶、美与丑的二元对立中,挖掘出事物的真相,揭开假恶丑的面具,调查过程通常富于冲突性、悬念性、戏剧性。所谓真相,就是正在或一直被遮蔽的事实。这些真相通常呈现为两种状态:一种是属于所谓的内幕和黑幕,它或被权力遮蔽或被利益遮蔽;另一种真相是复杂事件和事态的混沌状态,那是被道德观念或认识水平所遮蔽的真相。中央电视台播出的《城管的一次非法执法》(《焦点访谈》)、《追寻 1700 台问题起搏器》(《经济半小时》)、《央视〈生活〉千里追寻 揭秘垃圾明胶》(《生活》)、《深圳外贸骗局揭秘》(《新闻调查》)等都属于探访式电视新闻调查。

#### 2. 记录式电视新闻调查

记录式电视新闻调查借鉴了电视纪录片的表现手法。在记录式电视新闻调查中,电视记者不必以积极的姿态介入事件和事态,而是静观其变,真实客观地记录事件和事态,原汁原味地展示事件和事态。有的事件和事态进程并没有被表象和假象所遮蔽

和掩饰，事件和事态本来就以真实的面目呈现，而且这类事件和事态折射出了重大的社会变革与发展。对此类事件和事态的调查就宜采用记录式的表现手法，将事件和事态的原貌呈现给观众，让观众自己去思考和体味。

3. 访谈式电视新闻调查

访谈式电视新闻调查以访谈的形式展开，这种表现形式的运用比较广泛，常用于人物调查和问题调查中，有的事件和事态不便于或没有必要在事件和事态发生现场进行调查采访，就通过对亲历者、目击者、相关者进行访谈的形式展开调查。访谈的方式虽然少了几分事件和事态现场的形象感，但话语更容易表现细腻的情感和思想的锋芒。中央电视台《新闻调查》栏目的《与神话较量的人》、《戒毒者的自白》、《探险之路》、《死亡可以请求吗?》等节目属于典型的访谈式电视新闻调查。这种形态可以视为电视新闻调查与电视谈话节目的嫁接形态。

## 三、主要特征

### (一)题材的揭秘性

电视新闻调查的题材特征——事实真相并非一目了然，需要电视记者通过调查去挖掘，而揭露性电视新闻调查这一特征更为显著。调查时，个人或集团等当事者往往竭力掩盖真相，电视记者则要揭示真相。

采访时，电视记者打交道的采访对象多是些不合作甚至有敌意的人，因此事先深入采访、掌握材料更为重要。电视记者在开机前，要深入了解事件和事态背景、成因及其内部错综复杂的关系，努力把握事件和事态的脉络和真相。只有胸中有数，开机采访调查时才能有的放矢地选准采访对象和问题。

电视记者要有捕捉社会热点、焦点、难点的敏感。抓热点不难，难的是独辟蹊径。热点题材各个新闻传媒都在抓，此时善于思考的电视记者不是一窝蜂跟着上，也不是重复别人的报道，而是抓热点中的“冰点”，在宏观与微观的结合处进行报道。既要做到宏观上有全局的整体把握，又要选择关系全局、反映全局的微观事实作为切入点。

电视记者要研究观众最关心的问题，研究实际工作中亟待解决的问题，要使电视新闻调查能拨动社会上绷得最紧的弦。为此，电视记者要深入生活、深入实际、深入群众，有针对性地选题。紧迫性的社会问题一般来说同样也是党和政府亟待解决的问题。党性和人民性是一致的，凡是群众关注度高的问题，往往也是党和政府亟待解决的问题。

### (二)采访的过程性

成功的电视新闻调查，要层次清晰地通过电视记者在现场的采访来展现调查过程，从而让观众信服地接受报道。要做到层次清晰、层层剥笋地提示事实真相，电视记者的采访必须有所准备，有的放矢。这就要求有目的地选择采访对象，选择采访问题，按照既定目标层层展示。因此，新闻调查成功与否，关键在于采访的成败，因为采访是展示调查的过程。

电视新闻调查是一个寻求真相、寻求结论的过程。观点和结论是随着过程的进展，由观众自己得出的。电视新闻调查的魅力，体现在观众收看节目时被吸引，从而参与其中。当观众一旦全身心地投入收看节目，他必然会调动起自己联想、感觉、综合、想象。曾有人把观众的这种参与称为二度创作。而成功的电视新闻调查，必然会吸引观众投入二度创作。电视新闻调查，不是以结论为出发点，而是以观众想了解事实真相的渴望为出发点。其全部魅力就在于其结果的不可预知性。观众看重的是过程的展示，而不是结论。结论是观众从展示过程分析中自己来得出的，并由此引发思考。

电视形象化的特点，要求电视记者的采访过程展现事实的调查过程。它不是结论在前地灌输观点，而是让观众看到电视记者调查过程中所展示的事实，自己得出结论。这是对新闻本质的尊重与回归。新闻报道手法是客观的，是用事实说话，展现电视记者调查的过程，始终不带任何结论性东西和主观倾向。采访过程就是调查过程，是电视记者通过调查来展示事物真相和本质的过程。这样的调查报道因其客观性和真实性而具有令人信服的魅力。它把观众带到事件和事态现场，让观众随着电视记者一起调查，共同思考，共同感受。现场性极强的电视新闻调查，缩短了电视与观众的距离，它既符合新闻传播规律，又能充分发挥电视优势，符合电视传播规律，因此具有极强的可视性。

### (三)评析的透彻性

电视新闻调查重在通过由表及里的层层剖析，最终揭示事实真相。评析的透彻性是电视新闻调查的出发点和归属点。

电视新闻调查要层层展示，步步取证，需要电视记者下工夫。揭露性电视新闻调查较之正面报道在揭示事实真相中困难更大。一个要揭，一个要捂，面对重重阻力，要求电视记者有强烈的社会良知，以对公众负责的精神，深入到错综复杂的社会矛盾中去，冷静、深入地对各种问题，做深入透彻的调查。

中国正处在社会转型时期，现实生活中不可避免地存在着个别不合理、不正常的问题和现象，如何准确地认识这些问题和现象，如何透过这些问题和现象的表面去探寻事实真相，是电视记者一直在思考的。探寻那些由于各种原因被遮蔽的真相，需要记者具有强烈的社会良知和职业激情。没有社会良知的人往往会被那些表象所蒙蔽，只能蜻蜓点水，触及皮毛。只有那些真正有职业激情的电视记者，才会不断提出质疑，直至探寻到事实真相。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1980—1993)

中央电视台 1980 年 7 月 12 日开播的《观察与思考》虽被公认为中国电视新闻评论栏目的鼻祖，但其中不少节目都具有电视新闻调查的品质，如《北京居民为什么吃菜难》、《包产到户之后》等。1988 年 7 月由《观察与思考》栏目与《社会瞭望》栏目合并后组建的《观察思考》栏目采制了产量屈指可数，但更具有新闻调查品质的节目。

《观察思考》1992 年 9 月 6 日就播出了一篇令人难忘的新闻调查《迟发的报道》。它围绕着一个被开除女工与企业领导之间的纠纷展开。《观察思考》记者最初打算和已有的舆论一样把此事当作企业负责人进行改革、加快用人制度改革的典型事例报道。但当调查深入下去以后，记者就发现事实与厂方宣传有很大出人。而当记者再想深入调查时，盛情款待变成了威胁和阻挠，调查遇到了非常大的麻烦。尽管如此，《观察思考》栏目组先后派出了 4 批记者，经过 8 个月的艰苦调查，冲破了重重阻力，终于揭示了事实真相。

### (二)发展时期(1994—1995)

电视新闻调查发展于中央电视台 1994 年 4 月 1 日开播的《焦点访谈》栏目。这个栏目一直使用的是个案访谈的调查模式，以单一事件报道加简单评论的面目示人。“如果把《焦点访谈》的调查手段看作是社会调查的一种的话，它的确运用了各种经典方法：比如观察，包括公开的与隐蔽的、探索式的与验证式的；访问，以个别访谈为主的 interview；搜集资料，以及对资料的查证和比对；体验，包括介入式与非介入式的体验。”①

---

① 上海文广新闻传媒集团节目研发中心：《黄金制造——十五位电视制作人访谈》，上海人民出版社 2008 年版，第 61－62 页。

开播以来,《焦点访谈》播出的《雄县追车记》、《惜哉,文化!》、《管文物还是吃文物》、《仓储粮是怎样发霉的?》等千余期具有新闻调查品质的节目,基本上经受住了当事人的质疑、有关部门的调查、司法部门的检验。

1994年6月19日,《焦点访谈》播出了《沉重的棉花》,节目对国内棉花市场上棉花掺杂使假的现象做了报道。国务院据此展开了全国范围的棉花市场专项整顿。《焦点访谈》又对这次整顿进行了追踪报道,分别在当年8月5日和10月10日播出了《让棉花不再沉重》和《收棉季节再访棉区》。后一个节目播出时,正值国务院召开棉花收购工作会议,恰好为有关决策提供了最新的情况参考。

1998年11月12日,《焦点访谈》播出的《粮食"满仓"的真相》更是一篇典型的新闻调查。1998年5月22日,朱镕基总理前往安徽省南陵县视察时,在鹅岭粮站看到了粮食满仓的情景。但朱镕基总理走后,《焦点访谈》就收到群众举报,声称其中有假。《焦点访谈》记者迅速赶到南陵。先通过暗访的手段,获知事实真相:粮仓不满。因此,粮食满仓有假便是千真万确的了。那么,他们欺骗总理的目的又是什么呢?在记者的一再追问下,当地领导承认,是为了面子。按说,这个官僚主义的理由是可以搪塞过去的。但记者却敏锐地发现与事实不符,问题背后有大文章。最终,由于记者穷追不舍,当地官员终于承认,是因为当地未按政府规定以保护价收购粮食,而是压低粮价,导致农民不愿卖粮,造成粮仓空虚。在朱镕基总理视察前夕,不得不从其他5个粮站急调了1031吨粮食以掩盖真相。这样,随着记者层层深入的调查,整个事件的全貌也就一步一步清晰地呈现在观众面前了。

然而,尽管《焦点访谈》以鲜明的舆论监督特色逐渐壮大,但中国的电视新闻调查仍然有拓展与创新空间:其一,《焦点访谈》的时长只有13分钟,记者调查中记录下来的曲折过程、生动细节、丰富场景、鲜活形象,很难在这么短的时间内充分展现;其二,制作周期相对较短,使得前期拍摄和后期剪辑中的专业水准仍有提升余地;其三,对调查事件和事态的复杂多疑、对事件和事态所反映的制度的混乱和缺失,需要用更加理性的态度和方式进行梳理和挖掘。

### (三)成熟时期(1996—)

在《焦点访谈》开播两年之后的1996年5月17日,被视为"继《东方时空》和《焦点访谈》之后央视新闻改革第三阶段重要标志"[①]的时长为45分钟的《新闻调查》栏目在

---

① 孙玉胜:《十年——从改变电视的语态开始》,生活·读书·新知三联书店2003年版,第222页。

中央电视台第一套节目开播，这标志中国电视新闻调查进入成熟期。

《新闻调查》从创办之日起，就被定位在“最能代表国家电视台水平的深度报道栏目”这一高度上。创办之初，《新闻调查》借鉴“调查性纪录片”的节目形态，用纪实的方式拍摄，展现对新闻事件和事态的调查过程。栏目的追求就是调查，通俗地讲，就是用“讲述老百姓自己的故事”的手法，报道《焦点访谈》的选题内容。就社会性和新闻性而言，《新闻调查》与《焦点访谈》在选题上有共同之处，都关注在社会转型期出现的具有普遍意义的事件和事态。两者唯一不同的是，《焦点访谈》的时长只有 13 分钟，而《新闻调查》则扩容到 45 分钟，后者的一期节目是前者一期节目的充实、放大、改造，这就要求节目有更大的容量、更多的层次、更多的变化。

《新闻调查》播出的第一期节目为《宏志班》，反映贫困学生的求学和生活状况。记者现场采访，双机拍摄，对事件和事态进行了多角度分析、递进式探究。从形式到内容，《新闻调查》都呈现出与当时节目迥然不同的特点。

《新闻调查》的内容始终与中国社会经济发展中出现的问题密不可分。伴随着始于 1978 年的改革开放进程，中国正逐步向一个民主和法制的国家迈进；而一个民主和法制的社会，意味着权力得到有效监督，资源得到有效配置，个人得到均等的发展机会，公民的权利和私有财产得到应有的尊重和保护。在这种环境下，公民对知情权和话语权提出了更高的要求，而这些问题也成为《新闻调查》关注的焦点。

权力监督成为《新闻调查》关注的重要内容，《厦门远华特大走私案》、《与神话较量的人》、《命运的琴弦》等节目揭示了不同领域存在的腐败现象。《新闻调查》第一个具备完整的调查报道品质的节目是《透视运城渗灌工程》，记者独立展开的调查揭露了运城地委好大喜功，编造政绩，打造一个实质上劳民伤财、坑国害农的形象工程，也首次实现了对滥用公共权力的地级政府行为的真正监督。《新闻调查》早期制作的节目《西古县村纪事》、《大官村里选村官》、《红星村的故事》、《村官的价格》等关注的是中国农村的民主进程。《新闻调查》还有一些节目具有鲜明的时代特征，报道的新闻事件和事态能给人们的意识和观念带来冲击。譬如：一个医生未经死者家属同意，为抢救病人独自到太平间尸体上偷取角膜救治病人的事件，引发了法律和道德争议；一个按传统习俗举办婚礼却没有按法律程序领取结婚证的农村新娘状告丈夫强奸案；安全套进入大学校园所引发的波澜；学校是否有权开除怀孕学生等。而环保话题是其另一个关注的焦点。从 1996 年至 2001 年 5 年间，《新闻调查》先后五次调查淮河水被污染的情况，以及在淮河两岸生活的近两亿民众的饮用水状况。

《新闻调查》还制作了大量访谈式电视新闻调查节目，取得了良好的传播效果，在

一段时间内甚至成为该栏目相对主流的选题方向。

《新闻调查》第一个访谈式电视新闻调查节目是1998年4月17日播出的《从市长到囚犯》，记者钱刚采访了因受贿罪被判刑12年的原河南省鹤壁市市长朱振江。钱刚的提问十分到位，富有思想含量，朱振江的不少回答都被认为是“腐败者的内心独白”。2002年播出的《贪官胡长清》和《与神话较量的人》等访谈式电视新闻调查都为《新闻调查》赢得了良好的口碑。

《新闻调查》栏目的定位是揭示事实真相，做真正的调查性报道。从其选题确定、前期调查到实际拍摄、后期编辑的各个环节、各个工种的操作规范，也都体现着《新闻调查》独特的价值取向。栏目的发展轨迹从其宣传口号中亦可见一斑。从1997年“正在发生的历史，新闻背后的新闻”，到2000年的“探寻事实真相”，再到2003年的“做真正的调查性报道”，每一次变化都体现着栏目对电视新闻调查理解的深化——用调查的手法挖掘新闻背后的故事和内幕成为自觉的追求。

《新闻调查》用影像全面、完整、深入地记录了20世纪90年代以来中国社会转型期中面临的一系列国计民生的重大问题，以及经历的所有艰辛、困惑、坎坷和阵痛。“《新闻调查》是时代的记录者、思索者，它以高度的责任感和时代同行，其新闻专业主义理念的实践，使其选题的重量、思想的分量和整体的质量，在国内的新闻深度报道中无人望其项背，成为中国电视新闻改革进程中的一座里程碑。”①

但《新闻调查》的发展并不一路平坦，由于舆论环境等因素的制约，栏目几度陷入了英雄无用武之地的尴尬境地。这也契合了《新闻调查》制片人张洁的判断：“做调查性报道，是个奢侈品、易碎品，风险比较大，但趋势肯定是前进的。”②

除《焦点访谈》和《新闻调查》外，中央电视台等电视媒体的其他一些新闻栏目也采制了很多颇见功力的电视新闻调查节目。以2006年为例，中央电视台《经济半小时》栏目播出的有《矿难后小煤窑在李毅中眼皮下挖煤》(8月9日)、《围剿“传销白区”》(11月26日)、《致命的电池》(12月10日)、《“叫不停”的项目(一)(二)(三)》(12月21、22、23日)等，中央电视台《法治在线》栏目播出的有《洋县高考替考事件调查》(6月30日)、《口说无凭》(7月10日)等。

---

① 胡智锋：《2006：中国电视的创新与突破》，载崔保国：《2007年：中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社2007年版，第230页。

② 张志安：《报道如何深入——关于深度报道的精英访谈及经典案例》，南方日报出版社2006年版，第14页。

## 第七节　电视新闻述评

### 一、定义

电视新闻述评，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，针对具有普遍意义的新闻事件、热点话题和社会现象等缘事立论、因事说理的新闻类电视节目形态。

一般来说，电视新闻评述以新闻事件和事态为报道和评析对象，以画面和声音为主要表现手段，以字幕为辅助手段，以记者或主持人的解说、评析为主线，按照事件和事态发展的逻辑顺序和人们分析、认识事物的逻辑规律，将权威人士、专家学者及各界群众的分析议论加以恰当的剪辑组合，在节目结尾处予以画龙点睛式的点评或提炼，视听结合，事理交融，使观众获得事实性信息和意见性信息的双重满足。

在处理述与评的关系上，述是服从和服务于评的。所以，要以评带述，以说理文字为支撑的骨干，画面和声音可作为“评”的视听论据和补充手段。

电视新闻述评与电视专题报道在理论上的划分是清楚的，即：电视新闻述评最大特点在于能够深刻地揭示新闻事件和事态的本质，重点表达的是意见性信息；而电视专题报道是对新闻事件和事态作尽可能详尽、深入、系统、全面的报道，着眼于事实性信息的挖掘和报道。

但在实践中，电视新闻述评与电视专题报道没有按照上述学术层面的定义来严格限制各自的节目内容。长期以来，由于题材和内容上的诸多相似性，电视新闻述评与电视专题报道的划分常常莫衷一是，含混不清，给电视新闻实务界带来了诸多困扰。

实际上，电视新闻述评在新闻事件和事态的叙述报道方面，并不比电视专题报道逊色；同样，电视专题报道中常常也夹带点评，虽然没有电视新闻述评来得直接、充分、深刻。

所以，在节目创作实践中，不必拘泥于节目形态学术层面的定义，而应该根据题材和内容的不同，灵活选择表现方式，从而更充分地挖掘事实，更深刻地表达主题。同时，不必以栏目来判定节目是电视新闻述评还是电视专题报道，而应该具体节目具体分析，以既定的某个节目为单位，看其是述多评少还是述少评多，是注重对意见性信息的展示，还是注重对事实性信息的传播，来判定其究竟是电视新闻述评还是电视专题报道。

## 二、主要特征

### (一)论点的点评化

论点在电视新闻述评中处于主导地位,肩负着集中、确切地概括对于事物的基本看法的任务,起着维系和统领所有述评元素的作用。同报刊、广播相区别,电视新闻述评的论点一般比较集中和单一,由总论点统领若干论证层次,往往没有总论点和分论点之分。电视新闻述评的论点通常是立片言以居要,由主持人点评实现。这种点评,或在片首,开宗名义,点明题旨,提出自己的看法和主张;或在片尾,简要精辟地归纳概括,得出明确的结论。所以说,主持人点评在电视新闻述评中担负着提出和归纳论点的作用,是整篇电视新闻述评的点睛之笔。既然电视新闻述评的论点大都出于主持人的口播,又承担着揭示事物本质和提纲挈领的任务,因此,语言要求除了鲜明正确、不吞吞吐吐之外,还应通俗易懂、平易近人、生动出新。

《焦点访谈》1997 年 11 月 25 日播出的《"罚"要依法》节目中,309 国道上乱收费的民警在罚款时"20"、"再来 20"、"40"的吆喝,真实地记录了执法者知法犯法的行为,而节目中间及结尾处插入的"文明路段"标语、"有困难找警察"、"视人民如父母"等宣传牌,与这些人的言行形成了鲜明的对比。而主持人的点评更加出彩:"法律是有尊严的,我们相信,每一个司机在出车的时候,都应该考虑到自己要严格地遵守这些交通法规。因为只有这样,才能对自己,也是对他人生命的最好的保护。同时,法律也要求执法者必须遵守这些法律。执法者必须先遵守,才是公正、严格执行法律的一个最基本的前提。"主持人通过点评提出一论点,使采访报道成了论据,被包裹在一个展开的论证里。

### (二)论据的形象化

电视传播符号的形象化,决定了论据表达的形象化。论据形象化是电视新闻述评"述"的要求,也是电视新闻述评 "评"的优势。凡是论据,一般分为意见性论据和事实性论据两种。意见性论据由专家学者和权威人士访谈出具,再由字幕、图表、音响、特技等加以凸显,也就具有形象性的外在特征,具备了可视性。事实性论据主要是现实中存在的客观事实,一般具有客观性和确定性,本身就适宜画面展示和形象表现。通过画面和声音的摄录,可以直接再现事物和场景,记录其发生和发展的过程,让人感同身受,赋予论据以强烈的视听冲击力。这种形象化论据,当然也给评述本身增强了说

服力和吸引力。

《焦点访谈》播出的《想要通知书　先拿十万来》成功地体现了电视新闻述评论据形象化的特点。节目报道了在2004年高考招生中，北京航空航天大学下属北航天宏科技有限公司，向达到录取分数线的广西考生索取巨款，不交钱就不发录取通知书的事件。节目论据展示有丰富的现场第一手材料，譬如多次考生家长与北航招生负责人交涉的电话录音、手机短信，收取了考生家长的钱准备存入账户的招生人员被警方包围抓捕的画面，还有编导对画面形象的深化所交代的背景材料。画面展现了广西招生联络人被警方传唤的画面，记者的解说词说，从工作证上可以看到他是北京航空航天大学计算机学院的教授，还是北航天宏科技有限公司的经理。再譬如，节目编导多次对考生的母亲进行了访谈。画面中母亲的无奈和不平，只能让考了高分的孩子复读的辛酸，都相当震撼人心。其直观而形象的现场画面和必要的背景交代，都有很强的感染力。

在论据形象化展示中，同样要重视论据的典型性。主持人或记者对事实和现象的观点和评论通常体现在论据素材选择的典型性上。典型性事实更能充分表达述评的思想和观点，它是论据形象化的基础。典型性也充分体现在主持人或记者在现场采访中的设问走向上。通过现场采访来获取材料和观点是提供论据的重要方式。电视新闻述评中采访的特点就在于其目的是获得能作为论据的材料和作为论点的语言，即采访传递的是意见性信息，后期编辑制作时也要以此为标准严格精选。

### （三）论证的群体化

论证群体化是指各方面人士共同参与论证。电视新闻述评既有记者或主持人作为个人或传媒参与的论证，也有专家学者的论证，还有公众的论证。论证的群体是由记者或主持人、专家学者和公众三方面合力构成的。后两方面的论证，又都是通过记者或主持人的采访来实现的。各界人士作为受者客体参与同传者主体参与的结合，充分显示了论证方面的电视个性。

在《焦点访谈》播出的《执法的遭遇》这期节目中，记者围绕湖南省溆浦县公安局和县公路养路所到底是谁挑起了事端，并动手打人进行调查采访。作为当事人，县公安局对公安民警开着不交养路费的假冒牌照的车辆不以为然，也不承认带枪持械打人报复。记者不仅采访了被打的县公路养路所的工作人员，还多次采访当时在现场围观的市民，市民的议论十分有力地将事实真相一一揭开。同时记者采访了县中医院骨科医生，证明了公安民警并没有因为被打住进医院。节目最后的演播室点评言简意赅地归

纳出深刻的主题:“公安民警开着不交养路费的假冒牌照的车辆,已经是一种违法行为,然而自身不守法,还不服从管理,进而动手打人,这种行为不仅严重侵害了群众的利益,同时也违反了公安部的五条禁令。”

让观众参与评论,也体现了新的电视新闻传播观念,即把公众作为主体,让观众参与到新闻节目采制中来,使电视与公众有高度的契合关系。电视新闻述评从其孕育设计创作阶段开始,实际上一直就有公众的参与。电视新闻述评空前广泛的群众性,要求节目的编导,自觉把公众参与纳入自己的创作意识。公众的参与在屏幕上的体现就是大量展示人物之间以语言为主要手段的人际交流,以及屏幕上人物同屏幕前观众进行的各种交流。电视新闻述评中诸方面的人士参与论证正体现了这种交流性。

论证的交流性与群体性的优势,使电视新闻述评容易贴近观众心灵,引起共鸣,具有极强的论证说服力。譬如,《焦点访谈》播出的《铲苗种烟 违法伤农》的成功之处,就在于充分发挥了群体评论的优势。节目报道了重庆市巫山县官阳区的某些干部带领下属乡镇干部铲除农民种的庄稼苗圃,强迫农民种烟,为达到目的,甚至殴打体罚农民的事件。节目先以电视记者对被强迫种烟的村民的现场访问作为典型论据,中间交叉支持种烟的官阳区领导干部对此事的评论,以及反对种烟的村干部对事件的看法,两方面的论据加以印证,最后由演播室主持人作归纳性点评,整个节目充分发挥了电视视听兼备、真实可信的优势。

为使电视新闻述评有深度和力度,在观众参与论证时,重要的环节是选择好参与对象。要重视参与论证的价值,就应当重视选择即有信息源,又善谈的人物参与屏幕上的交流。他们或是某个方面有发言权的专家和权威,或是有代表性的社会知名人士。根据传播内容和意图的需要,恰当地选择交流的对象,直接关系到传播效果。由于专家学者讲话通常有较强的逻辑性和权威性,所以选择好专家学者对电视新闻述评的论证力量有重要意义。

论证群体化的特点,对前期采访策划和后期编辑也提出更为严格的要求。电视新闻述评要求逻辑性强,条理清晰,对群体的众多评说,需要精心做好策划。在策划阶段,从哪几方面来述评,要做好总体安排。随着采访的深入,主题思想的提炼,怎样条分缕析,也要逐步形成蓝图。在后期制作阶段,更要通过剪辑增加评论的条理性。在剪辑时要把现场采访、专家讲述、记者或评论员的评说有机地组织在一起,使之形成一个整体。这就要求主创人员紧紧把握主题,把握表现主题的几个方面,并注意它们的内在联系,按照一定的逻辑关系把几个部分合成起来。图像、访谈、专家讲述,都是为论证某一论点服务的。

论点、论据、论证各有分工：论点是解决“证明什么”的问题，要求观点鲜明；论据是解决“以何来证明”的问题，要求“持之有故”；论证是解决“如何来证明”的问题，要求“言之成理”。论点、论据、论证三位一体：缺论点，无从立意；缺论据，无法布局；缺论证，无以谋篇。电视新闻述评要发挥电视传媒的优势，做到论点点评化、论据形象化、论证群体化。

## 三、历史源流

### (一)发轫时期(1980—1992)

1980年7月12日，中央电视台《观察与思考》正式播出，它不仅标志着我国电视史上第一个电视新闻述评栏目的问世，也标志着一种不同于报刊和广播新闻评论的电视新闻评论节目形态的出现。另外，《观察与思考》在节目采制上，广泛使用了电子新闻采集系统，让访谈对象说话，用事实说话，从而摈弃了画面加解说式的电影新闻纪录片形态，为电视新闻评论彻底摆脱简单模仿报刊、广播、电影传媒的评论形态提供了技术保证。《观察与思考》栏目的宗旨是：通过对具有普遍意义或群众关心的事件、问题或人物进行介绍、分析，说明某种道理，引起观众的思考，起到影响舆论和引导舆论的作用。

《观察与思考》播出的第一期节目题为《北京居民为什么吃菜难》。由粟于钊任编导，庞啸为节目主持人。节目通过现场拍摄的画面，让观众看到了记者直接采访北京市民和有关领导，并借助于众人之口分析热点问题、评论新闻事实的节目形态。这样，《观察与思考》集画面、声音、文字于一体，熔纪实性和思辨性于一炉，开始尝试合乎电视传媒特点的新闻评论之路。其后，《观察与思考》连续推出了一批较有影响的节目，如《包产到户之后》、《谁是失主》、《冯大兴的下场》、《一个“不可思议”的企业》等。

《包产到户之后》以调查报告的形式，用大量事实反映安徽滁县实行包产到户后发生的巨大变化，论证了党的十一届三中全会制定的农村政策的正确性。《冯大兴的下场》则通过对冯大兴进入大学后不重视政治学习和思想修养，最后走上杀人犯罪道路这一活生生的事件的报道、分析和评论，特别是通过在审判现场组织旁听者座谈，说明不重视政治学习和思想修养的危害性。

《观察与思考》的开播，顺应了观众的收视需求，很快成长为一档品牌栏目，收到观众的大量来信，以至于不得不在后来的节目中专门回答观众来信。但由于当时的电视新闻述评还处于尝试时期，没有经验可资借鉴，《观察与思考》仍存在以下两点不足：一

是栏目设置后，节目播出有较大随意性，稳定播出程度不高；二是栏目选题范围有限，有些节目缺乏深度或层次感，样式也比较单调。特别是由于不少选题涉及一些敏感问题，受到诸多责难。到1983年栏目已难以为继，只好停播。

1985年，《观察与思考》恢复播出，重点转向经济领域，紧扣时代脉搏，其中比较有影响的节目有《菜篮子里看改革》、《鸟是怎样起飞的》、《小纽扣和大市场》等。

1988年7月，为了进一步加强电视新闻述评，中央电视台重新组建评论组，划归总编室领导，将《社会瞭望》与《观察与思考》合并，充实加强评论组力量。同年11月13日开始播出，栏目名称改为《观察思考》，设立了固定的节目主持人肖晓琳，节目每周日晚上固定在19∶49播出，时长20分钟，栏目的风格和包装也相对稳定，以培养较为固定的收视群体。

《观察思考》从开播到1994年3月27日停播，在5年多的时间内，共播出节目260期，其中不乏精品力作。该栏目播出的首期节目《物价大振荡》就引起积极反响。此后，《观察思考》陆续推出了一系列有影响的电视新闻述评节目，譬如，《从一家工厂停产所想到的》这期节目针对当时社会上出现的少数人利用职权倒买倒卖，扰乱正常经济秩序的现象，通过对天津铝制品总厂因原料被"官倒"控制，被迫停产的事实进行分析，深刻揭示了在新旧体制转换过程中流通领域出现的混乱现象。在表现手法上，这期节目充分发挥电视声画结合的优势，并尝试在电视新闻述评中使用当时非常少见的特技手段。

1989年8月，中央电视台新闻中心成立，评论组划归新闻中心。此后，评论组加强了编辑部意识，既注意发挥记者的主动性和创造性，又注意发挥团队的智慧，定期进行节目观摩和业务探讨，使节目质量不断提高，涌现出一批较有深度的优秀节目，如《凝聚力之谜》、《丰碑的启示》、《对一起热水器事故的调查》等。

《观察思考》既关注新近发生的新闻事件和事态，又重视配合重大节日和纪念日的宣传；既突出社会上的热点、焦点、疑点，又抓住与百姓密切相关、在社会上引起共鸣的问题和话题。在表达方式上，该栏目采用记者现场采访与即兴评点、主持人演播室评论相结合的结构方式，既增加了电视新闻述评的纪实性，又强化了报道与评论的融合性。

从20世纪80年代末到90年代初，不少省市级电视台也相继推出了一批各具特色的新闻述评栏目，如上海电视台的《新闻透视》、北京电视台的《BTV夜话》、安徽电视台的《社会之窗》、福建电视台的《记者观察》、山西电视台的《记者新观察》、广东电视台的《社会聚焦》、湖南电视台的《焦点》等。这些栏目的尝试为后来电视新闻述评的繁

荣，提供了十分宝贵的经验。这一时期涌现出许多优秀的电视新闻述评，如《桐乡“粪桶事件”留给我们的启示》（浙江电视台，1990）、《评评假冒伪劣商品》（陕西电视台，1990）、《刑场上枪声留下的警示》（广东电视台，1991）、《让我们伸出双手》（浙江电视台、绍兴电视台，1992）等。这些作品，均能多层面、多侧面地干预现实生活，以丰富的内涵和广阔的视野，将电视新闻述评的社会功能拓展到更为深广的领域，有效地发挥了舆论引导作用。

在同一时期，一些关注国际问题的电视新闻述评栏目也相继出现，如中央电视台的《今日世界》、上海电视台的《国际瞭望》、广东电视台的《国际纵横》等。这些栏目对新近发生的重要国际新闻事件和事态进行综合报道，并对新闻事件和事态的前因后果进行评论。

（二）发展时期（1993—1998）

1992年春天，邓小平南巡以后，中国掀起新一轮改革开放的高潮，各个领域的改革进一步走向深入。此时，中国电视新闻节目新一轮改革也呼之欲出。1993年5月1日，中央电视台推出了大型早间新闻杂志栏目《东方时空》，其中《焦点时刻》板块继承并吸收了此前《观察思考》等栏目的经验，以热点追踪和分析阐释相结合的深度特点和时事述评，吸引了全国观众广泛的关注和支持。特别是《东方时空》中的《面对面》板块成为主持人新闻述评节目形态的先声。也是在1993年5月，中央电视台《一丹话题》栏目开播，这是中国内地第一个以主持人名字命名的电视新闻述评栏目。

1994年4月1日，由中央电视台新闻评论部创办的《焦点访谈》开播。[①] 这是一档以深度报道为主，以舆论监督见长的电视新闻述论栏目，每天19：38在中央电视台第一套节目首播，每期13分钟。栏目宣传语开播时为“时事追踪报道、新闻背景分析、社会热点透视、大众话题评说”。2000年4月1日调整为“用事实说话”，体现了栏目定位的变化。《焦点访谈》创造性地提出了“政府重视、群众关心、普遍存在”[②]的选题标准三原则，采用演播式主持与现场采访相结合的结构方式，述与评相辅相成。

《焦点访谈》的第一期节目是由张恒主持、戴明编导的《'94国债发行第一天》，报道了当天开始发行的1994年度国库券的情况、有关人士的评说和群众的反映。新栏

① 对当初为什么给栏目取名“焦点访谈”，该栏目的主创人员说法不一。实际上，“焦点访谈”是一种沿用了几十年的调查方法，英文叫 focus group interviewing。参见上海文广新闻传媒集团节目研发中心：《黄金制造——十五位电视制作人访谈》，上海人民出版社2008年版，第61页。

② 唐世鼎：《中央电视台的第一与变迁（1958—2003）》，东方出版社2003年版，第28页。

目开播的第二天就得到了来自各方面的好评。《人民日报》在 1994 年 4 月 2 日的《今日谈》专栏中，发表署名文章《〈焦点访谈〉开了个好头》。之后，《焦点访谈》又趁势推出了一系列有社会影响的新闻述评，特别是一些舆论监督类新闻述评，受到了广大观众的欢迎。《焦点访谈》第一期舆论监督类新闻述评是 1994 年 4 月 3 日播出的《北京郊区——耕地上修起的一座坟茔》。节目播出后，国家有关部委迅速派出调查组前往查处，这一做法为《焦点访谈》以后的创作提供了更为广阔的运作空间，并探索出了较为成熟的节目形态。舆论监督逐渐成为《焦点访谈》最突出的栏目特色。在《焦点访谈》开播后的第一个月中，就播出了《价格没谱 质量没准——谁来管服装》、《金奖的困惑》等多期舆论监督类电视新闻述评，节目内容涉及了工业、教育、廉政建设、社会保障等社会生活诸多方面。

《焦点访谈》所进行的舆论监督推动了中国的改革开放和民主法制进程，为政府决策提供了依据。1997 年，中央政治局委员以上领导同志对《焦点访谈》等节目的批示 63 次，1998 年达 73 次，其中江泽民 10 次，朱镕基 10 次，李岚清 18 次。[①] "1998 年成为《焦点访谈》的'舆论监督年'，那一年，被表述为'舆论监督'的批评性报道达到一个高峰，为历年之最。"[②]2002 年，国务院办公厅正式开设了《焦点访谈》节目督察情况反馈机制，就中央领导同志每一次对《焦点访谈》节目做出的批示以及批示后的督察情况进行跟踪反馈。在 2002 年度《焦点访谈》报道的事件和事态中，有 41 起被纳入国务院督察反馈机制。有专家将这种机制视为"新闻史上具有重要意义的举措"[③]。2003 年 4 月 1 日，《焦点访谈》播出《竣工水库漏洞百出》的节目后，温家宝总理立即打电话给国务院有关部门，要求尽快解决，并表示新一届政府将会和上一届政府一样，继续支持《焦点访谈》栏目的舆论监督报道，希望《焦点访谈》越办越好。[④] 2006 年 5 月 12 日，《焦点访谈》播出《藕断丝连的"官煤勾结"》，报道了重庆市开县温泉镇大堰联营煤矿的"官股"存在"明退暗不退"的情况。节目播出后，国务院总理温家宝 5 月 15 日批示："请监察部和安监总局查处。"[⑤]

《焦点访谈》以深度报道为主，以舆论监督见长，是中国新闻界正确开展新闻舆论监督的典范之一，曾先后得到三任国务院总理的题词和赠言：1997 年 12 月 29 日，李

---

① 杨伟光、吕岩梅：《从容"切换"人生精彩 激情"插播"事业华章——杨伟光纵论电视人生(上)》，载《现代传播》2004 年第 4 期。

② 郭镇之：《中外广播电视史》，复旦大学出版社 2005 年版，第 291 页。

③ 孙玉胜：《十年——从改变电视的语态开始》，生活·读书·新知三联书店 2003 年版，第 27 页。

④ 郭镇之：《中外广播电视史》，复旦大学出版社 2005 年版，第 293 页。

⑤ 中国广播电视年鉴编辑委员会：《中国广播电视年鉴(2007)》，中国广播电视年鉴社 2007 年版，第7 页。

鹏总理视察中央电视台时题词为“焦点访谈，表扬先进，批评落后，伸张正义”；1998 年 10 月 7 日，朱镕基总理专程来到中央电视台，与《焦点访谈》编辑记者座谈，并郑重赠言“舆论监督，群众喉舌，政府镜鉴，改革尖兵”；2003 年 8 月 26 日，温家宝总理视察中央电视台，在《焦点访谈》演播室赠言“与祖国同在，与人民同行，与世界同步，与时代同进”。

纵观中国电视新闻节目的发展历程，《焦点访谈》“树立政府的威信，增加群众的信任，使他们看到了正义的伸张，看到了希望”[1]，成为迄今为止新闻舆论监督力度最强、影响最大、效果最好的电视新闻栏目。它不仅为自身及同类节目的发展探索了一种成功的运作模式，也为在中国现阶段国情下如何有效而正确地开展电视新闻舆论监督，提供了成功范例，做出了突出贡献。

继中央电视台之后，全国各省市级电视台纷纷成立自己的新闻评论部，改版或开设《焦点访谈》式的电视新闻述评栏目，其中与《焦点访谈》同年开播的新闻述评栏目有辽宁电视台的《新闻观察》、南京电视台的《社会大广角》、黑龙江电视台的《今日话题》、吉林电视台的《八点纪实》、四川电视台的《今晚十分》、江苏有线电视台的《公众视线》、云南电视台的《今日话题》、福建东南电视台的《东南纪实》、浙江电视台的《黄金时间》、深圳电视台的《今日视点》、河北电视台的《社会纵横》等 20 多个。因此，有研究者将 1994 年称为中国电视的“焦点访谈”年。

为了进一步加强广播电视新闻述评工作，中宣部和广电部于 1995 年联合发文，统一要求各省级电视台成立新闻评论部。此举推动了电视新闻述评的大发展大繁荣，各地涌现出更多的新闻评论栏目，如江苏电视台 1995 年 1 月开播的《大写真》、北京电视台 1995 年 10 月开播的《今日话题》、福建电视台 1996 年 9 月开播的《新闻观察》、福建有线电视台 1997 年 1 月开播的《视点》、湖南电视台 1997 年 3 月开播的《新闻观察》、南昌电视台 1997 年 7 月开播的《今日视点》、上海有线电视台 1997 年 12 月开播的《百姓话题》、济南电视台 1998 年 3 月开播的《记者述评》、河北电视台 1998 年 3 月开播的《新闻广角》、贵州电视台 1998 年 5 月开播的《今日视点》、青海电视台 1998 年 8 月开播的《新闻聚焦》、山西电视台 1998 年 8 月开播的《记者观察》等。

### (三)成熟时期(1999—)

经过不断实践，不论是《焦点访谈》，还是其他省市县三级电视台的新闻述评栏目，

---

[1] 中央电视台新闻评论部：《把握生活主流 遵循电视规律增强传播效果——关于〈焦点访谈〉、〈东方时空·焦点时刻〉的采访与制作》，载《中国广播电视学刊》1995 年第 8 期。

报道手法越来越规范，越来越成熟。与此同时，《焦点访谈》节目形态的局限性也日益显露出来。目前，《焦点访谈》式的纯粹依靠“事实”画面，主持人在头尾补充诸如“值得我们深思”之类的套话式的电视新闻述评，已经不能适应一些更有深度、更为繁杂的内容的要求了。当《焦点访谈》这种节目形态在全国普及之时，也就是这种节目形态被使用过度和走下坡路之日。

于是，中国电视新闻述评进入了后“焦点访谈”时代，新的电视新闻述评节目形态层出不穷。譬如，北京电视台1999年4月4日在第一套节目开播的《第七日》一度成为后“焦点访谈”时代有代表性的主持人电视新闻述评栏目。该栏目每周日晚20：00播出，时长30分钟。《第七日》对一周重要的、有趣的和值得关注的新闻进行集纳和评点，下设《七日圈点》、《新闻下落》、《新闻延伸》、《七日之最》、《新闻对接》、《黑白瞬间》、《新闻彼此》等板块，以全新的视角、独特的编辑思想和编辑手法，将新闻进行二次传播，形成大信息、多角度、有深度的栏目风格。《第七日》植根于普通百姓的生活，在北京人中间极具亲和力。播出伊始，栏目便以其鲜明的个性赢得了观众的认可，主持人元元充满智慧而又不失幽默的点评，一时间成为不少北京人评判身边大事小情的依据，甚至在一定程度上影响着北京人的生活。

2003年5月1日，中央电视台新闻频道推出一档新闻述评栏目《央视论坛》。这是中央电视台唯一以“央视”命名的新闻述评节目。该栏目不采集新闻，而是对各种媒体提供的新闻事实中最引人注目、最具谈论空间的内容进行评论、分析和解读。在新闻频道中，它的功能相当于平面媒体的时评或评论员文章。如果用一句话来概括这个栏目的追求，那就是“透过现象说本质”。然而，在具体操作过程中，《央视论坛》却离其宗旨渐行渐远，主要表现在本台评论员的实质性缺失、述的成分远远大于评的成分、政策解读取代了思想交流等方面。[①] 2006年6月，随着中央电视台新闻频道节目改版，《央视论坛》停播。

2008年3月24日，中央电视台新闻频道又推出一档全新的新闻述评栏目《新闻1+1》，周一至周五22：00至22：30播出。该栏目通过一位主持人与一位新闻观察员在演播室以现场直播的形式展开双人谈话的方式，在向观众展现当天新闻事件和事态全貌，揭示事实真相的同时，力求对当天某一新闻事件和事态进行深度观察、分析、评论，以体现传媒观点和立场，发出传媒自己的声音。节目开播后，其有关奥运与政治、西方媒体偏见、东航返航事件等一系列敏感热点话题的研讨都曾引起广泛的关注。

---

① 赵振宇：《新闻报道策划》，武汉大学出版社2008年版，第222—223页。

## 第八节 电视新闻现场直播

### 一、定义

电视新闻现场直播，是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音和文字等为传播符号，将新闻演播室和新闻现场承载的事实性信息、意见性信息、情感性信息即时同步传递给观众的新闻类电视节目形态。

电视新闻现场直播同步播发正在发生、发展的新闻事件，集现场报道、背景介绍和事态分析等于一体。电视新闻现场直播要求必须以自采新闻现场音像信号为直播主体，采用音像资料的时长不超过整个节目时长的三分之一。此外，纪念会、报告会、文艺演出、工程庆典、剪彩仪式、活动开幕式和以演播室直播谈话等为主体的电视直播均不属于电视新闻现场直播。

电视新闻现场直播是最具有电视特色、最受广大观众关注、也最能发挥电视传播优势的节目形态。这也是电视优越于电影的第一优势。

在电视新闻现场直播中，直播的形式也是传播的内容。在这种节目形态中，直播形式的意义甚至远远超越了传播内容的意义，这是电视新闻本原的回归。直播形式同时也是一种姿态，表明电视媒体对公众知情权的充分尊重。

### 二、分类

电视新闻现场直播主要有如下两种分类方式：

根据题材内容，可细分为突发事件电视新闻现场直播和预知事件电视新闻现场直播。与预知事件电视新闻现场直播相比，突发事件电视新闻现场直播更具有新闻性、冲击力和吸引力。

根据播出频次，可细分为间隔性电视新闻现场直播和连续性电视新闻现场直播。

### 三、主要特征

#### (一)现场的主体性

现场是电视新闻现场直播的主体元素，表现好现场是电视新闻现场直播最重要和最基础的工作。现场的主体性具体体现在以下三个方面：

首先,现场是新闻原点。没有事实,就没有新闻。事实都具有一定的时空环境。在电视新闻直播中,现场是全部节目的精华,是新闻事实的映象。如果没有现场,直播就失去了意义。依托现场进行直播,不但能很好表现事物的具体形象,而且还能表现现场气氛,适当表达采访者的印象和感受,从而具有独特的魅力。在长江三峡大江截流直播中,14 小时里共出现现场报道 30 次、现场航拍 1 次、现场场景直播 3 次,总时长占整个直播的 60%。可以毫不夸张地说,电视新闻现场直播的品质和价值取决于其现场抓取的数量和质量。

其次,现场是直播起点。直播中,电视记者有没有进行独立的、不可替代的、有成效的工作,就看其是否贴近了现场而获得了第一手信息。电视记者在现场直播中面对现场,随事件和事态发展进程,边观察,边报道,由此被赋予了一种将目击转化为介绍的绝对权力,“我在场”的意识贯穿整个报道过程。对电视记者而言,其工作就是进行现场的还原,深入现场采访,观察、捕捉事物的瞬息变化,并将其能动地反映出来。简言之,现场就是创作的源泉。

深入现场展开采访活动,是电视记者保持主动性和判断能力的重要方式,也是获取最吸引人的素材的重要手段。如果对现场了解不够,电视记者的工作就会陷入被动。譬如,长江三峡大江截流现场直播中,在合龙口附近的电视记者除了根据现场的变化及时报道合龙的最新进展外,还对龙口塌方、测流船被水冲走等突发情节进行了敏锐的捕捉和细致刻画。而这一切,都来自电视记者对现场的熟悉。

第三,现场是观众焦点。在电视新闻现场直播中,现场产生的新鲜感和悬念感,对观众而言具有最强烈的吸引力。因此,现场无疑是直播中观众最关心的元素。电视传播要靠现场直播发挥最大效益,赢得最大价值,就必须在现场上下工夫。直播在第一时间让观众知道现场发生着什么,观众和记者一起面对不可预知的新闻现场,他们会强烈地关注事件将怎样发展,发展过程中会有什么样的细节,会出现什么结果等,而现场正好为这种期待提供及时证实的机会。尤其是在现场信息量大、现场相对重要时,这种观众关注的焦点效应就更为明显。

在电视新闻现场直播中,保证现场的收视效果是第一位的,要满足观众对现场信息的需求,在此基础上才谈得上进一步的创作。譬如在香港回归直播中,香港政权交接仪式取得了 91.6%的极高收视率,正是这一现场使整个回归直播达到了高潮。直播一直对准这一现场,观众的满意度也就相应较高。

需要指出的是,电视新闻现场直播不等于电视连线报道,不等于百分之百的实时直播报道。电视新闻现场直播中的现场是第一位的,有现场的实时直播是最理想的状

况。但假如直播车只能在一个地方找到卫星，而现场在几公里外，那么电视记者用直播的方式进行现场报道之后，迅速直传，要比就在卫星车前的电视连线报道有意义得多。当然，电视连线报道有其固有的价值，但是，提前把相关的内容拍成画面回传插入或者做成 VTR 嵌入电视连线报道中同样大有必要。毕竟，这里需要突出的是新闻事件，而不是电视记者本身。

（二）演播室的核心性

演播室是电视新闻现场直播报道中的一种综合表现元素，是在节目中整合各类信息的“调度室”，也是保证现场直播报道有序进行的“安全岛”。

演播室的设立使现场直播报道有了一个调度中心。对于内容比较复杂、发生地点比较分散的事件，演播室的作用显得尤为重要。以香港回归现场直播报道为例，内容包括中央领导人抵港、政权交接、解放军进驻、特区政府成立、各地庆祝等十多个事件，地点涉及北京、香港、国内其他 8 个大城市、海外 15 个大城市，其复杂程度前所未有。这时候如果没有一个调度中心，要想顺利组织直播几乎是不可想象的。演播室元素可进一步解析为主持人和嘉宾等子元素。演播室的功能决定了主持人的核心元素地位，主持人的职能主要体现在调度、衔接、补充、评点等四个方面。演播室调度功能的集中体现就是主持人作用的发挥：一方面主持人要对现场信号进行调度；另一方面，主持人要调度演播室内的各个元素——嘉宾、短片、道具等。屏幕后的所有努力都需要通过演播室主持人在屏幕前体现出来。

通过这种调度，演播室在展示现场信息的同时，还要对其进行再加工。这种再加工主要表现在两个方面：一是对现场信息中不完整的部分进行补充；二是通过演播室主持人和嘉宾对现场信息进行评点；主要通过背景介绍等报道对现场信息进行延伸。

除了信息的汇聚和整合，演播室还承担着保证现场直播安全的任务。它是所有工种的大后方，是所有信息的总出口，现场直播中的任何意外情况都要靠其来进行最后的弥补。

随着新闻竞争的日益激烈，电视新闻现场直播越来越重要，但在现场搭建演播室是件十分困难的事情。针对这一问题，德国媒体技术工作者研制成功一种便携式演播室，除摄像机外，拆卸后的演播室可放入一个箱子里，重量只有十几公斤，总价格不到 10 万欧元。运到目的地后，这种便携式演播室可很快重新搭建起来。

(三)现场记者的关键性

电视记者现场报道的出现,是电视新闻直播由单纯记录式向综合报道式转变的一个重要标志。借助于电视记者的现场报道,电视传媒可向观众传达自己的声音,引导观众对事件和事态的认识,从而实现对新闻的有效传播。

现场记者的作用主要体现在以下五个方面:

一是展现传媒能力。省市级电视媒体的记者不可能在所有重要事件和事态发生时都在现场,但在全国乃至世界各地,通常会有中央电视台记者出现在事件和事态现场,这就是强势传媒的能力。

二是报道最新信息。最新信息通过演播室主持人来间接转达,与通过现场记者的直接报道相较,其效果是完全不同的。譬如张健横渡英吉利海峡这样的事件,如果没有现场记者及时传递现场的第一手信息,节目的真实感和表现力就会大打折扣。

三是表达媒体观点。如果没有自己的现场记者,主持人也可以代表媒体的观点,但是由于主持人没在现场,所以真实性较弱。现场记者的感受会让人觉得真实客观,因为报道内容就是现场记者在现场自己看到的和感受到的。如1999年国庆阅兵直播报道,有人评价说凤凰卫视的现场直播和中央电视台的现场直播有不同的特色。可是凤凰卫视一个转播的机位也没架,用的全都是中央电视台提供的信号,其特色是通过窦文涛和吴小莉的解说,还有现场记者出镜报道展现出来的。

四是采访现场人物。有时候需要对现场人物进行一些采访来丰富报道,如果没有现场记者就无法实现这一点,演播室里的主持人是难以采访身处现场的人物的。

五是描述个人感受。现场记者能够表达现场的体验和感受。当其作为一个观众的代言人出现在现场的时候,其体验和感受,某种程度上就是观众的体验和感受。由于直播的共时性,电视记者的心理和观众的心理能产生某种共鸣,使观众产生一种错觉,如同身临其境。譬如中央电视台对云南抚仙湖水下考古的现场直播中,现场记者黄海波在湖底下呼吸困难,听到他呼哧呼哧的喘息声,观众仿佛也有一种喘不过气的感觉;他感觉到冷,观众也仿佛觉得冷。这种心理的共鸣,是现场记者报道功能的重要体现。

现场记者主要有以下两大任务:

一是要随时追踪事件进程。现场记者活跃在各个现场,可以随时追踪事件的发展变化。长江三峡大江截流现场直播中设置了7名现场记者,他们都是围绕着截流这一事件进行追踪报道的。譬如现场记者张恒站在龙口的旁边,观众能够看清他脚下松动

的土石、堤头塌陷的裂缝，从而感受到事件进程的惊险。他就在代表观众目击这一历史事件。

二是要抓取现场鲜活事件。现场记者活跃在现场直播中，可以随时抓取事件。由于这些事件不可预知，也就不可能写在预案之中，可它们又往往是现场直播中非常有价值的情节，由现场记者捕捉可能是最有效的办法。及时抓住临时发生的新闻事件，能够有效地丰富直播的信息量，增加现场直播的悬念，产生强烈的动态感。如在长江三峡大江截流现场直播中，合龙顺利地进行了大约两个小时后，突然龙口岸堤出现了30米左右的塌陷。现场记者张恒不顾塌陷的危险，及时抓住了这一现场的突发变化，给直播带来了悬念和波澜。

### (四)背景报道的必要性

一场电视新闻现场直播背景材料的搜集，一定要翔实、厚重、权威，要以丰富和深化直播的内涵为基准。

背景报道是对新闻事件和事态的一种补充和说明。它展示了新闻事件和事态自身无法展开的内容，它能够丰富现场直播的信息量，给予观众广阔的思维空间，加深对事件和事态内容和意义的理解。

电视新闻现场直播中包括文字、画面史料、人物采访等在内的背景报道的运用，起到了延伸和拓展事件和事态内涵的作用。譬如，中央电视台现场直播长江三峡大江截流的背景报道设计了约30个新闻短片，分别从不同侧面说明和深化了截流的影响和意义：《新中国领导人与三峡》、《世纪梦圆》、《世纪丰碑》从历史和现实的角度揭示了三峡与中华民族的关系；《三峡工程的防洪效益》、《三峡工程的发电效益》、《三峡工程与生态环境》、《三峡工程与防空》提出了三峡工程决策的科学依据；《三峡工程移民》表现了库区移民对故园的依恋和对新生活的向往；《新闻人物——郭树言、陆佑楣、张光斗、林一山、贺恭、乔生祥、杨浦生》展现了三峡工程领导者、设计者、建设者的风貌；《空中看截流》、《千里库区行》、《三峡航道》介绍了三峡坝区和库区独特的风景名胜以及工程竣工后的新姿；《大中型水库选粹》将三峡水库放在世界水库建设的大背景下进行对比分析，凸显三峡工程的地位。

组织背景报道素材应注意以下三个方面的问题：一是背景报道设计中要注意把握现场直播的题材内容，使之与现场直播的整体风格协调一致；二是背景报道要紧扣事件和事态主体，选材精当，不宜过长；三是背景报道素材的组织和制作应考虑周全，要将其合理分配到整个现场直播中最合适的单元，尽量避免浪费制作好的背景报道素材。

### (五)机位设置的重要性

机位的设置是实现节目总体构想、形成视觉语言的重要步骤,不同机位的设置,提供了多种镜头组合方式,从而为电视新闻现场直播提供了广阔的视觉表现空间。

如果说现场直播报道点的设立是为了更好地反映事件和事态内容,机位的设立则更多地为了反映事件和事态的外部场面;如果说现场直播的最基本要求是让观众仿佛身临其境,那么由于机位设置而产生的多位置、多视角、多景别的感受,则会让观众获得即使身临其境也无法获得的视听体验。

在机位设置上,位置、角度、景别三个影响画面效果的元素,是最需要精心考虑的。电视新闻现场直播的力量就在于,通过多个机位同步拍摄事件和事态中的人物或事物,一次性地完成多角度、多景别的摄制。

在机位的设计中,一些超常视点镜头的运用,往往能产生特殊的视觉效果。譬如在中央电视台对飞行穿越太湖桥特技表演所进行的现场直播中,安装在机身上的一个主观视点镜头,就使观众仿佛与飞行员一起体验到穿越瞬间的刺激。

当然,机位的设置也不能一味求多、求奇,而是应当本着安全、经济、高效的原则,根据题材内容和表现形式的需要精心设计。

### (六)节目包装的标志性

片头的设计是电视新闻现场直播外包装的一种形式,它包括总片头和小片头两种:总片头是电视新闻现场直播中的标志,直播中一般只在开始的第一个镜头使用一次,其长度不确定,一般在15秒左右;小片头亦称片花,是节目段落的间隔、转场、点缀,能够起到活跃气氛的作用,同时,还可带来直播段落的层次感,在直播中使用得比较频繁,穿插于各段之间,其长度一般在5—10秒。制作片头时要依据现场直播的内容,精选最具代表性的画面;要注意画面含义与题材内容吻合,能够深刻体现直播的内涵意义;当然还要注意视觉的节奏、音乐的气势、解说词的感染力等视听元素的综合效果。

宣传片是对电视新闻现场直播的一种预热,它一般提前在电视台播出,主要起到提示内容、揭示意义、预告播出时间的作用。宣传片有长有短,常见的在30秒左右。

辅助手段包括对电视新闻现场直播中新闻短片的统一包装格式,体现报道特征和关键信息的角标、标题、图板、模型、道具,甚至主持人的服饰等。

在神舟六号、神舟七号航天飞行现场直播中，中央电视台新闻频道使用了演示文稿(PPT)和一些图板展示，标明飞船飞行及返回过程，再由专家在一旁解说，观众理解起来就清晰得多。飞船模型、航天服实物的展示，太空食品和太空蔬菜等一系列真实物品或道具的运用，都成为节目的亮点。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958—1983)

1958 年 6 月 19 日，北京电视台首次进行了体育实况转播，转播了八一男子篮球队同北京队进行的一场表演赛。

1959 年 4 月 18 日，北京电视台实况转播了周恩来总理在全国人大二届一次会议上做政府工作报告的实况。

1959 年 10 月 1 日，北京电视台首次在天安门广场转播首都人民举行盛大阅兵游行实况。

1961 年 4 月 4 日至 14 日，第二十六届世界乒乓球锦标赛在新建的北京工人体育馆内 10 个赛场同时进行，30 多个国家的 200 名乒乓球选手出现在中国的电视屏幕上。北京电视台实况转播 14 场比赛，约 35 小时，精彩场面无一遗漏。

上述这些电视新闻现场直播，都是由于不具备录像播出技术条件，而不得已为之的。

1973 年，美国总统尼克松访华，中国租用了外国卫星进行了电视新闻现场直播，这是中国真正意义上的电视新闻现场直播。但此后由于制播条件和传播环境的限制，电视新闻节目多采用录播形式。

### (二)发展时期(1984—1998)

1984 年 10 月 1 日，为庆祝中华人民共和国成立 35 周年，首都人民在天安门广场举行盛大的阅兵式、群众游行和焰火联欢晚会。中央电视台全力以赴，出动了 200 多人，动用 5 辆转播车、23 套摄像机、14 套微波设备，采用二级导播方式，利用微波干线和卫星向全国直播庆典实况，并通过印度洋、太平洋、大西洋上空的国际通信卫星向世界传送阅兵式和群众游行的实况，当天有 12 个国家和地区的电视台转播了这一盛况。

1987 年 10 月 25 日上午 9：00，邓小平同志宣布中国共产党第十三次全国代表大

会开幕。中央电视台同步直播了中共十三大开幕式的实况，其直播准确及时，真实生动，现场感强，使观众产生强烈的参与感，充分发挥了电视传媒的优势。据统计，接收并采用中央电视台直播信号的有美国三大广播公司、日本广播协会等16家电视台或新闻机构。从中央电视台当时对北京地区观众抽样调查的情况看，有关党的十三大的新闻来源，首先从电视里获得信息的受众占大多数，有88%的受众是从电视中看到大会开幕式的。这次直播开幕式开辟了党代会开幕式现场直播的先河，以后历次党代会开幕式报道都采用了现场直播的方式。

1988年3月24日至4月10日，全国人大七届一次会议和全国政协七届一次会议期间，中央电视台对阿沛和班禅副委员长答中外记者问，吴学谦、钱其琛答中外记者问，八个民主党派负责人会见中外记者，李鹏、姚依林、田纪云、吴学谦答中外记者问等4次记者招待会首次采用现场直播的方式进行报道。广大观众通过电视不仅听到不同新闻传媒记者的提问，从而了解到不同传媒的基本立场、态度和反应，而且还通过收看记者招待会的现场直播，看到领导人回答问题的情况，直观地了解国家的大政方针，进一步增加了时政报道的透明度使其更具现场感和参与感。电视新闻现场直播开始进入中国重大政治活动报道领域。此后，历届全国人大和政协会议都成为电视新闻现场直播关注的重要内容。

1988年5月5日，中央电视台从11：09至17：35现场直播了中、日、尼三国联合登山队双跨珠穆朗玛峰的全过程。

1990年4月7日，中央电视台现场直播首次踏入航天领域，实况转播了我国自行研制的长征三号运载火箭发射美国休斯公司制造的亚洲一号通讯卫星。

1990年9月22日，第十一届亚洲运动会在北京召开。中央电视台从15：15到18：29成功地直播了开幕式实况。

1993年3月17日至18日，北京、广东、上海3家电视台合作现场直播《'93世界体操单项锦标赛》，开创了地方电视台联手直播世界重大赛事的合作方式。

1993年8月29日，中央电视台与意大利广播电视公司达成协议，即日起至1994年6月17日，每星期日晚上现场直播1993—1994赛季意大利足球甲级联赛，共32场。这是中央电视台历史上第一次定时直播一个国家的足球甲级联赛。

1993年9月23日20：10至24日凌晨3：00，中央电视台通过卫星成功地双向转播了北京和摩洛哥蒙特卡洛两地申办奥运的现场直播。

1995年5月1日至14日，天津电视台对第四十三届世界乒乓球锦标赛的开幕式、闭幕式和比赛大部分场次都进行了实况转播，多达68场，102小时，在全国创造了

单项赛事电视转播的次数和时间的最高纪录。

中国电视新闻现场直播具有跨时代标志性的一年是1997年。

1997年1月1日，中央电视台《东方时空》栏目播出元旦特别报道《走进1997年》，通过演播室和三峡工地的电视连线，使观众看到1997年第一轮红日照耀在三峡工地上，听到记者来自三峡工地的现场报道和节日问候。随后，中央电视台在这一年里进行了一系列大型和超大型现场直播，并开始尝试在直播题材和手段上进行拓展。这些直播节目分别是：

3月9日，"日全食——海尔波谱彗星天象奇观"现场直播。这是中央电视台新闻直播首次在高科技天文观测领域的一次尝试，也是一次典型的全方位异地多点直播。历时142分钟的节目中直播了昆明、南京、北京的日偏食和黑龙江漠河的日全食，4个地区7个地点同步，内容不断变化发展，卫星信号、地面微波信号切换频繁，全程记录，观众获得了多视角的共时满足。在这次直播活动中，中央电视台首次使用了移动卫星地面站。

3月18日，"南昆铁路全线铺通"现场直播。这是中央电视台新闻现场直播进入经济领域的一次尝试。南昆铁路全线铺通，是中国向贫困宣战，打开西部与南部铁路通道大门这一重大决策的实施结果。

4月24日下午，"中、俄、哈、吉、塔五国边境裁军协定签字仪式"现场直播。直播长达1小时8分钟，它试验性地改变了以往重大政治活动单纯记录的报道方式，首次引入演播室主持人串联和嘉宾评点的形式。同时，这也是中央电视台首次在国外对新闻事件进行现场直播。

6月1日，中央电视台与香港凤凰卫视中文台合作完成庆祝香港回归系列报道之一《飞越黄河》现场直播。

6月30日6时至7月3日6时，香港回归异地多点现场直播。直播长达72小时，向全世界报道了香港回归的盛况。其中有香港政权交接仪式、中国人民解放军驻港部队入港、香港特区政府宣誓就职仪式、首都各界庆祝香港回归祖国大会、庆祝香港回归大型文艺晚会《回归颂》等25次重大活动的现场直播。在这次报道活动中，中央电视台动用了11辆转播车、21个卫星转发器、3架直升机，在香港建起了540平方米的报道中心。整个节目以北京为中心，以香港为重点，以天津、上海、重庆、广州、深圳、南京、东莞等8个国内城市和洛杉矶、伦敦、里斯本等15个海外城市为直播点，形成全方位、多角度、立体式报道阵势，实现了以事件主会场为支撑、以事件背景和新闻故事为载体的现场直播形态。香港回归直播创造了中央电视台重大政治活动报道的许多新

纪录，如连续播出时间最长、报道规模最大、新闻时效最快、收视率最高、覆盖面最广等。

10月28日，“黄河小浪底水利枢纽工程截流”现场直播。直播长达两小时22分钟，不仅真实展现了大坝合龙的动人场面，而且深入工地的各个现场，全面介绍了这一治黄史上最伟大的工程。

11月8日，“三峡工程大江截流”现场直播。直播长达14个小时，是中央电视台对一个单一动态事件持续时间最长的直播。直播设置了24个机位，并动用了直升机进行航拍，阵容庞大、场面壮观。长达1个小时的空中拍摄，第一次实现了新闻题材的空中直播。

这6次现场直播活动，以其气势宏大、题材广泛、手段多样，为1997年的中国电视新闻报道增添了浓重的一笔。这一年也因此被业内人士称为中国电视的直播年，同时也标志着中国电视新闻报道迈入现场直播时代。

(三)成熟时期(1998—)

1998年2月11日至3月1日，中央电视台派出8人报道小组，赴伊拉克报道武器核查问题。这是中央电视台第一次向国际热点地区派出自己的摄制组作现场直播，也改变了中央电视台重大国际事件完全采用境外信号的历史。

1998年6月3日6∶07，中央电视台赴美国直播组对搭载阿尔法磁谱仪到太空寻找反物质和暗物质的发现号航天飞机发射升空进行现场直播，海内外电视观众共同见证了人类探索太空的又一辉煌瞬间。

1999年3月26日，社会各界广泛关注的“重庆綦江虹桥垮塌案”由重庆市第一中级人民法院公开审理。中央电视台第一套节目综合频道当日起至4月3日现场直播了案件的宣判过程，累计直播14小时45分钟。

1999年10月1日8∶30至12∶15，中央电视台圆满完成首都各界人民庆祝国庆50周年纪念大会和群众联欢晚会的现场直播工作，时间为3小时45分钟。第一套至第九套节目并机播出了庆祝大会盛况，第一套和第四套节目同步播出了精彩的联欢晚会，高清晰度电视试验系统对两场活动进行了现场直播。为了向全国和全世界播出国庆盛典的现场实况，中央电视台动用了10颗卫星、15个转发器，为充分实现覆盖全世界的播出还试用了宽带互联网网上播出。

1999年12月19日9∶00至21日9∶00，中央电视台第一套节目综合频道连续48小时对澳门回归庆典及相关活动进行全程递进式的现场直播。这次报道以现场报

道为主，以背景性和时效性的专题节目和包装节目为辅；新闻实行滚动播出，并随时插播重要新闻；此外，还邀请境外嘉宾共同主持。这是中央电视台首次在重大政治事件现场直播中采用境外嘉宾做主持。此外，从 19 日 10：00 至 20 日 00：00，中央电视台国际频道和英语传送频道也进行了 38 小时的连续直播。

进入 21 世纪，共迎新千年、伊拉克战争等一系列全球性重大新闻事件都纳入了中国电视新闻现场直播的镜头。

21 世纪的第一件大事就是一个全球性的共发事件——共迎新千年。1999 年 12 月 31 日 17：00 至 2000 年 1 月 1 日 17：00 连续 24 小时的多点多向直播节目《相逢 2000 年》，既是中国第一次与英国广播公司《今日 2000 年》、美国移动通讯网《千年之日》这两个由世界上 70 多个国家近百家电视节目制作机构组成的全球直播联合体合作，同时在中央电视台内部也是首次全台总动员——新闻、社教、海外、青少、体育、广告、经济信息 7 个节目制作中心实现了历史性大合作。遍布五大洲、四大洋的近 40 家通讯社和电视节目制作机构参与了此项目的全球性拍摄工作和节目提供，全球共有 3000 多台摄像机在全球 200 多个现场拍摄取景。

这次联合多向电视新闻现场直播的技术和人文意义都是空前的，全球超过 20 亿的电视观众能够收看到中国各地跨越千年时欢腾、激动人心的场面。与此同时，中国电视观众可以看到地球上最早进入新千年的太平洋岛国基里巴斯的午夜庆典、汤加国王乘独木舟穿越国际日期变更线的奇观、新西兰查塔姆群岛的居民躬迎新千年第一缕曙光、埃及金字塔法老墓前的落日余晕、5 万吨烟花照耀下的“奥运之城”悉尼的生命跃动、维也纳全城共舞华尔兹的壮观场景、纽约时代广场的彻夜狂欢等独具特色的电视新闻现场直播。

2000 年 9 月 16 日，中央电视台第一套节目综合频道、第四套节目中文国际频道并机推出了《2000 年钱塘江潮直播特别节目》。中央电视台和浙江电视台利用水陆空全方位的报道，对这一年中最大的一次涌潮进行了全程现场直播，全球电视观众首次从电视屏幕上观赏到了这一世界奇观。

2001 年 6 月 3 日 8：00 至 10：45，中央电视台第一套节目、云南电视台卫视频道同时推出《抚仙湖探秘》现场直播，实现了中国电视史上第一次水下活动现场直播。

2001 年 9 月 11 日，美国多处受到恐怖袭击，8：45(北京时间 20：45)，纽约世贸双子座大厦遭袭坍塌，轰动世界。当天北京时间 21：10，正在凤凰卫视中文台播报《时事直通车》的主持人吴小莉便插播了有关“美国纽约世贸大楼被袭起火”的消息及现场画面，使凤凰卫视成为香港和内地上千家电视传媒中最早播报此消息的电视台。

《时事直通车》节目一结束，凤凰卫视便在荧屏上打出“美国遭受恐怖袭击”的字幕，切断广告改播新闻，并实行即时滚动式现场直播。21：33，凤凰中文台、资讯台、美洲台并机联播的特别直播节目正式开始。荧屏上不仅有现场记者、时事评论员、演播室主播的身影穿插切换，还不时播出曼哈顿街上的现场画面。观众不仅看到画面上的恐怖袭击过程一幕幕惊人的惨状，并且第一时间从凤凰卫视屏幕上亲眼目睹了世贸双子座大厦在浓烟烈焰中一座接一座倒塌，了解到其他一些背景资料。这次现场直播整整持续了35小时。9.11事件现场直播使凤凰卫视名声大噪。当时“凤凰”已成了人们谈论9.11事件时使用频率很高的词汇。有业内人士甚至认为，9.11事件对于凤凰卫视来说，就如海湾战争对于CNN一样，使它一夜成名。

2001年10月15日至21日召开的APEC上海会议期间，中央电视台在第一套节目中推出了延续4天的《2001APEC会议特别报道》，其中含上海前方的11场现场直播。

2001年11月10日21：00至11日凌晨1：52，中央电视台第一套节目以现场直播方式推出了《中国入世特别报道》。该特别报道时长5小时，包括了35个段落的内容、9次卡塔尔多哈前方报道，融合了前方递进式现场报道、新闻报道、背景专题、演播室访谈等。

2002年9月17日上午7：00至10：30，中央电视台制作的3个半小时的大型直播节目《古文明新发现——金字塔考古行动》成功播出，这是中央电视台第一次直播世界重大考古活动。

2002年11月8日，中国共产党第十六次全国代表大会开幕。11月15日，新一届中央政治局常委与中外记者见面。中央电视台建台以来第一次12套节目并机，对开幕式和见面会进行了现场直播，全国1000多个电视频道同时转播，开创了中国电视史的先河。通过在全国13个重点城市的3400多台收视测量仪的收视统计显示，99.9％的观众收看了中央电视台这两场现场直播。全世界共有74个国家和地区的222个电视机构全部或部分转播了中央电视台节目。

2003年3月3日至18日，第十届全国人民代表大会和中国人民政治协商会议第十次全国代表大会召开。中央电视台第一次采用双视窗现场直播，第一次引入同声传译，第一次现场直播国家领导人当选等重要日程。

北京时间2003年3月20日10：30，伊拉克首都巴格达上空响起空袭警报，美军开始对伊拉克发动攻击，伊拉克战争正式爆发。

10：33：50，新华社中东总分社发出第一条英文快讯《巴格达上空响起空袭警

报》,时效领先于美联社(10：34：26)、路透社(10：34：26)、法新社(10：36：36)。10：34：11,新华网发出第一条快讯,并进行滚动报道,各大网站随后迅速转载。

新华社播发第一条消息两分钟后,中央电视台第四套节目中文国际频道《中国新闻》栏目主持人就向观众口播了战争已经打响的消息,报道时间只比 CNN 晚了不到一分钟;10：41：40 切出巴格达遭受空袭的现场画面,并同步映出"伊拉克战争打响,巴格达发出爆炸声"的字幕。同时,同声传译员开始直转 CNN 报道;10：44：35,正式推出全程跟踪并同步、全方位报道的《关注伊拉克战争特别报道》。[①]

几乎与中央电视台第四套节目中文国际频道首开伊拉克战争现场直播的同时,中央电视台第一套节目综合频道在 10：43：19 中断正常播出,推出了《伊拉克战争直播报道》。

10：50,中央电视台第九套节目英语国际频道也依照频道特点,全程同步介入战事报道。

在中央电视台为期 32 天的战争直播特别报道中,中央电视台第四套节目采用现场报道、卫星连线、同声传译、专家访谈、新闻综述等相结合的方式现场直播 408 小时,首播战事新闻 2100 余条,滚动字幕出现约 1.5 万条次,开创了中国电视史上对单一事件强度最大的播报。[②]

在伊拉克战争现场直播中,中央电视台充分利用了自己的专家资源和信息网络资源,对战争背景、战争态势、战争影响等方面进行了深入的剖析,并及时回答观众提出的问题,也开创了中国电视新闻全方位现场直播的先河。

中央电视台对伊拉克战争的现场直播,"在报道推出的时效、报道持续的规模、报道品质的提升、直播节目的现场感、电视高技术的运用、组织运作的流畅等多个方面,超过了以往的国际新闻事件的现场直播报道"[③],既体现了中央电视台按照电视新闻传播规律办事的专业风范,还体现了中央电视台已在国际新闻舆论的同平台竞争中取得了强有力的话语权。在总体把握上,既满足了观众的信息需求,又很好地把握了舆论导向,既客观、准确地报道了我国政府的态度和立场,又快速、充分地报道了战争的态势。

2003 年 5 月 1 日,中央电视台新闻频道开播当日,就推出了《抗击"非典"直播特别报道》。播出时间为 5 月 1 日至 4 日每天 14：00 至 17：00 和 5 月 5 日至 11 日每

---

① 郑保卫:《伊拉克战争中的媒体新闻战》,载《国际新闻界》2003 年第 3 期。

② 苏晓春:《电视新闻现场直播的传播优势与特点》,载《中国广播电视学刊》2003 年第 9 期。

③ 韩彪:《中国电视新闻史上划时代的标志性事件》,载《电视研究》2003 年第 6 期。

天15：00至17：00，累计26小时。尽管播出的绝对总时间不长，但因为其围绕突发的重点新闻事件展开，必须有效整合各种素材资源，使其成为"央视电视新闻直播史上一个非常典型的从'阵地战'到'遭遇战'，具有承前启后意义的现场直播报道"[①]。该直播特别报道通过政策发布、卫生常识介绍、典型塑造、专家访谈、观众热线等多种方式，使得关于"非典"的信息能第一时间为民众所知晓，有力地维护了民众的知情权，同时也稳定了民心，消除了种种谣言。这是中国电视媒体首次以现场直播的形式报道全国性重大灾难性事件；期间，还在卫生部架设了直播系统对重要会议进行全程现场直播。"当时，这种部级会议能对媒体做到'全透明'是不可想象的。"[②]

2003年7月10日，中央电视台新闻频道在16：00的整点新闻中，围绕淮河抗洪推出了《安徽蚌埠堤防加固工作紧张进行》现场直播。尽管只有5分钟，但这是真正依托前方图像信号进行的抗洪现场直播，也是中央电视台第一次现场直播抗洪，是中央电视台由可预知事件直播向真正的突发事件现场直播不断探索所迈出的坚实一步。

2003年7月25日，中央电视台新闻频道在整点新闻的10：00、11：00、12：00的节目中，递进式现场直播了伊布都台风在广东登陆的情况。此次现场直播的成功真正检验了中央电视台与地方电视台的合作能力，再次凸显了中央电视台不断探索重大突发事件现场直播的努力。

2005年10月12日上午9：00，举世瞩目的神舟六号载人飞船准时在甘肃酒泉卫星发射中心升空。这是继2003年10月首次载人航天飞行圆满成功后，中国进行的第二次载人航天飞行。中央电视台新闻频道首次采用了不延时现场直播，即做到紧跟任务动态，随时播出发射现场，同时在全球设立了26个直播点、8个演播室，设立了包括地方台和海外记者站共73个机位，转播车11部，卫星车11辆，现场直播达到187场次，时间长达115小时32分钟，开创了中央电视台现场直播史上对同一新闻事件报道用时最长、布点最广、演播室最多的全新纪录。[③]

2006年4月24日至30日，中央电视台新闻频道对全国8个大型城市进行了"高峰体验"现场直播，每天2个小时，首次引入交通广播电台与交管部门路面实时信号，有18个地方电视台参与现场直播。

2007年6月29日至7月2日，中央电视台新闻频道以《十年回顾"一国两制"的伟大实践》、《十年发展——探寻香港生命力》、《香港展望——明天更美好》等为主题分

---

① 韩彪：《现场直播——新闻改革的标尺》，当代中国出版社2006年版，第193页。

② 罗明：《面对灾难 电视用实力书写崭新一页》，载《电视研究》2008年第8期。

③ 庄殿君：《央视：直播187场次》，载《中国记者》2005年第11期。

段进行了共持续50小时的现场直播，把重大时政活动、重大庆典场面和庆祝活动第一时间展现给了广大的电视观众。中央电视台第四套节目中文国际频道也在6月29日至7月1日推出了近30小时的现场直播。

2007年8月1日12：00，中央电视台新闻频道打破常态现场直播河南陕县支建煤矿透水事故救援实况。这是中国电视史上首次直播矿难现场救人。这次矿难救援最终创造了奇迹，遇险的69名矿工全部获救。这次直播在呈现事件现场的同时，弘扬了党和政府对人民生命的负责态度和科学抢救的精神。有学者因此认为，这次直播“对于中国电视新闻直播理论研究和实际操作来说，具有开拓意义和深刻影响”①。

2007年10月24日，中国第一颗绕月探测卫星嫦娥一号顺利发射升空。2007年11月26日，嫦娥一号发回首张月球表面图像。在33天时间里，中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道、英语国际频道、法国国际频道、西班牙语国际频道对嫦娥一号发射前后过程，3次变轨、3次制动、进入绕月工作轨道、传回的第一幅照片以及第一幅月面图像发布仪式等关键环节进行了现场直播，对整个过程进行了全方位多角度追踪报道。期间，穿插播出27分钟大专题节目17集，小专题节目53集，还制作了大量的资料片和动画片，形成整合效应，使整个报道形式多样、内容丰富、信息量大、科普性强。

2008年1月24日至2月21日，中央电视台新闻频道推出《迎战暴风雪》直播特别节目，共派出35路、60余名记者，调用十余家省级电视台及40家市县级电视台上百名记者、十余部直播车，全线联动23家部委信息资源，实时权威发布7部委直播报道点的最新信息，发挥了重大灾难事件报道公共沟通平台的作用。

2008年3月31日，中央电视台综合频道、奥运频道、新闻频道及中文、英语、法语、西班牙语国际频道圆满完成北京奥运会圣火欢迎仪式暨火炬接力启动仪式直播报道。中央电视台在首都机场、天安门广场及圣火火种行进途中设置了24部直播机位，实时报道圣火火种动态行进过程，实现了圣火抵京暨火炬传递启动两大仪式动态衔接。

2008年5月12日14：28，四川省汶川县发生里氏8.0级特大地震。15：20，中央电视台新闻频道就推出了特别节目《关注汶川地震》，并于16：00与综合频道并机现场直播。从5月12日地震发生到6月3日，中央电视台各频道推出特别直播节目

---

① 赵淑萍：《央视应对突发性灾难新闻的创造性举措》，载《中国广播电视学刊》2008年第2期。

总时长 1400 多小时，播出抗震救灾消息 2.42 余万条次，总时长近 813 小时。[1]

新闻史学者方汉奇撰文指出："中央电视台对今年汶川大地震的直播报道，可以称得上是中国新闻史和中国电视史上具有里程碑意义的一次突发灾难事件的报道"[2]，"从新闻史角度来看，央视对这次四川大地震的直播报道可以算做新中国成立以来、乃至整个中国新闻史上对特大灾害报道最及时、最公开、最充分的一次。"[3]此次直播报道，充分体现了信息公开的力量，以及电视传媒在整合国家功能方面发挥的巨大作用，其策略化的直播方式也为今后重大灾难性事件的报道树立了典范。有学者因此认为："'汶川地震'报道是我国电视新闻发展历程中的一座里程碑，它改变了先前直播的奢华之风，使新闻直播走上了小型化、常态化的道路；它也改变了先前直播的预置静止的状态，把直播投向了突发、变化、不可预见的新闻事件上。"[4]此外，中央电视台还在此次直播中首次采用直升机、滑翔伞等进行航拍，对地面无法达到的灾区中心进行了直播报道，具有前所未有的高难度和危险度。

2008 年 8 月 8 日至 24 日北京奥运会期间，中央电视台投入电视频道达 14 个，其中：全程转播奥运赛事的开路频道 7 个、付费频道 2 个，进行全方位报道的频道 5 个，奥运报道人员超过 3000 人，直播奥运赛事 809 场、1208.5 小时；录播 1135 场、1506.5 小时；使用公用信号 2600 小时。播发新闻约 11250 条次、417 小时；播出专题节目近 250 期、142 小时；播出奥运文艺节目 54 小时。同时，高水平完成 7 个项目的电视公用信号制作，向全球提供的公用信号达 780 小时，占全部 28 个大项的四分之一，这是奥林匹克转播公司成立以来，东道国参与制作公用信号最多的一届。

根据央视市场研究公司对全国 128 个城市调查数据显示，北京奥运会期间，有 96.8%的观众通过电视收看奥运赛事。全国有 11.25 亿人通过中央电视台收看奥运会赛事转播，占观众总数的 91.92%；期间，中央电视台总观众规模达 124 亿人次，平均每天有 8.02 亿观众收看，比雅典奥运会期间的 6.93 亿多 1.09 亿；其中平均每天收看奥运会转播报道的观众有 7.25 亿。中央电视台平均收视份额达 52.19%，创历史新高，比雅典奥运会期间提升 14.08 个百分点。

在北京奥运会相关节目中，收视率最高的是奥运会开幕式，收视率达 40.54%，收

---

① 赵化勇：《发挥电视媒体优势 凝聚抗震救灾力量——中央电视台抗震救灾报道的实践与思考》，载《中国广播电视学刊》2008 年第 6 期。

② 方汉奇：《赋到沧桑句便工——简论中央电视台里程碑式的汶川震灾报道》，载《电视研究》2008 年第 8 期。

③ 方汉奇：《中国新闻史上里程碑式的灾难直播报道》，载中央电视台新闻中心：《震撼：媒体回想——5.12 汶川大地震备忘》，中国民主法制出版社 2008 年版，第 1 页。

④ 高晓虹：《电视直播报道常态化的重大进步——"汶川地震"电视直播报道带来的思考》，载《现代传播》2008 年第 3 期。

视份额高达 83.62%，收看开幕式的观众人数达 8.42 亿人。闭幕式的收视率是 33.12%，收视份额为 72.77%，观众人数达到 6.58 亿人。北京奥运会开幕式和闭幕式的收视率均超过了历届奥运会在中国的收视纪录，也超过包括春节联欢晚会在内的中央电视台各晚会的收视纪录。有关数据显示，春节联欢晚会创下的最好成绩也就是有 3 亿多观众收看。

同时，北京奥运会也是目前为止奥运会历史上转播和报道规模最大的一次，全球一共有 220 个国家和地区进行了约 5000 小时的北京奥运会转播和报道，其规模已约是悉尼奥运会的 4 倍、雅典奥运会的 3 倍。

除了中央电视台以外，地方电视传媒也在积极利用自身资源进行直播报道探索。对发生在本地的重大新闻事件和事态，各地电视媒体充分发挥地方优势，开展直播，并取得了骄人的成绩。譬如，2001 年 1 月 1 日 5：30 至 7：30，吉林电视台圆满完成了题为《白山黑水迎世纪 曙光首照森林山》的对新世纪中国大陆第一缕曙光的异地多点直播，信号还以中央电视台《东方时空》特别节目的形式播出了 9 分半钟的日出实况，上海电视台、辽宁电视台也同时进行了实况转播。[①] 2002 年 11 月 6 日，湖北电视台圆满完成《三峡工程导流明渠截流》现场直播。2008 年 5 月 12 日汶川大地震发生后，四川卫视、重庆卫视、东方卫视等电视传媒都相继开通“关注汶川地震”特别直播报道。

进入 21 世纪以来，中国各级电视媒体在直播常规化，特别是小型化方面进行了积极的尝试。

东方卫视提出要从时段性直播向频道化直播转化，通过对各栏目、各新闻时段的系统运作，营造出一个能对新闻事件持续性、多角度报道的环境。基本模式是：一条从网上或其他渠道得来的线索，采访部经初步核实后立即决定是否派记者赶往现场进行报道；新闻题材适合直播的立即和技术部门取得联系，或借用便携式卫星传输设备、或从当地借用卫星转播车，同时向上级报告直播计划。常常是上午得知新闻线索，下午直播车或设备就已开往事发地点。直播根据不同时期的情况，在各档新闻节目中插播，各档新闻节目相互呼应，形成报道合力，提升频道新闻节目的感染力和影响力，并充分利用新闻采访资源，最大限度地节约直播成本。

江苏电视台城市频道每天 12：00 直播的《城市午间特快》和 16：00 直播的《城市生活资讯》，都是用现场直播的最快捷传播方式，向观众传递最实用的生活资讯，在打造白天生活栏目带的同时，进一步突出频道“服务民生、传播资讯”的鲜明特色。

---

① 孙宝国：《千年等一回——直播中国大陆新世纪第一缕曙光散记》，载孙宝国：《学习的电视》，吉林文史出版社 2005 年版，第 267—270 页。

福建新闻频道喊出口号“新闻频道，最快的频道”，在实现新闻节目演播室直播基础上，在新闻报道中大量使用电话连线报道，凸显时效。2003 年开始《现场》栏目开辟了用数码相机＋GPRS 无线传输图片＋电话连线的实时报道方式。

广东电视台新闻中心设有专门负责直播的科组，并配备了一台专用新闻直播车，使新闻节目由重大事件直播向常态直播靠拢，2007 年共完成直播 186 场。

湖南电视台的《都市一时间》、安徽电视台的《第一时间》、吉林电视台的《守望都市》、长春电视台的《城市速递》等栏目，都已经成为直播常规化、小型化的行家里手，无论是家长里短，还是重大事件，他们都以直播形态向观众进行鲜活、机动的报道，取得了良好的传播效果。

# 第 3 章
# 社教类电视节目形态

## 第一节　社教类电视节目形态的概念界定

### 一、定义

社教类电视节目形态，是指以知识普及、文化传承和道德教化为主要功能取向的电视节目形态。

关于社教类电视节目形态，还有如下一些较有影响的定义：电视社教节目是“充分发挥电视的传播功能，运用电视的技术和艺术手段，面向整个社会传播科学文化知识，进行社会教育的节目的总称”[①]；“社教节目的题材内容十分广泛，其表现形式多种多样，既有传播信息的作用，又有供人们欣赏娱乐的作用，但它的基本社会功能是教育”[②]。

在中国内地，社教类电视节目形态经历了曲折的发展历程。

从 20 世纪 50 年代末到 80 年代，电视承担着党和政府各项政策法规的宣传以及对公众进行教育的功能。配合一定的时事新闻背景，将重大时事延伸报道，是社教类电视节目形态的主要内容，其他如体育、少儿、服务类的节目在社教类电视节目形态中占的比重较小。

---

① 北京广播学院电视系学术委员会、《中国应用电视学》编辑委员会：《中国应用电视学》，北京师范大学出版社 1993 年版，第 199 页。

② 赵玉明、王福顺：《广播电视辞典》，北京广播学院出版社 1999 年版，第 143 页。

20世纪80年代至90年代中期，电视台的节目设置，除了每天固定播出的新闻类节目和每周一到两次的文艺类电视节目外，其他节目则全部归于社教类节目的范畴。在这一期间，社教类电视节目开出了灿烂的奇葩。社教类电视节目由最初简单的形态开始延伸和细分，电视台分设了许多部门如专题部、经济部、少儿部、科教部、国际部等，每个部门都自办栏目。这些栏目包罗万象，有效地宣传了该地区方方面面取得的成绩和在改革中涌现出的先进人物，以及该地区悠久的历史文化等，有的节目甚至走出了省门和国门。这一时期全国的社教类电视节目不仅数量上占有绝对的优势，而且质量也上了一个台阶，社教类电视节目的评奖种类繁多，奖项的数量和质量绝不低于新闻类电视节目和文娱类电视节目。

到了20世纪90年代中期，电视市场化程度不断加深，电视节目与市场、与观众收视的结合日趋紧密，以前只注重宣传价值和艺术品质的观念和做法已越来越不适应市场的需要。收视群体的庞大、栏目设置的重复、创作手法的单一，已使承载单一宣教任务的传统社教类电视节目形态不再是低投入、高回报，而是高投入、低回报。加之新闻类电视节目形态不断改革、文娱类电视节目形态花样翻新，传统社教类电视节目形态在夹缝中越来越难以生存，越来越多的传统社教类电视节目形态被挤出了黄金时间。

然而，电视作为一种传媒，其社会教育功能是不可或缺的。这种功能在新闻类电视节目、文娱类电视节目、剧情类电视节目中虽然也都不同程度地存在，但大都是隐性的，而其在社教类电视节目中则是显性的。从这一点来讲，社教类电视节目是永远也不会消失的。事实也正是如此，随着社教类节目形态的不断创新，特别是随着进入新世纪以来频道专业化进程的不断推进，社教类电视节目又凤凰涅槃一样地重新繁荣起来。

## 二、分类

中国社教类电视节目形态的内容涉及政治、经济、文化、军事、历史等各个领域，注重开掘人文及自然环境类题材，取材十分广泛，且互有交叉。要想将客观世界的广阔领域归于简洁、清晰的分类条目中，的确是一件比较困难的事情。从全国历年电视社教节目评选情况来看，其分类也是在不断变化的。

1990年度全国首届优秀电视社教节目评选类别为栏目类、社政（社会政治）类、文教类、知识类和服务类。

1991年度全国社教节目评奖类别有了较大的变化，除保留1990年度四个类别外，另增加了经济类、科技类、教育类和系列片类。

从1998到2000年，电视社教节目评奖类别又有较大的改变，除保留栏目类、经济节目、科教节目、系列片外，其他均不作单独评奖类别，另外增加了长片奖和短片奖项目。

2004年，电视社教节目评奖项目变化最大，共设六个项目，即优秀专题、优秀纪录片、优秀科普节目、优秀少儿节目、优秀电视动画片和优秀电视广告。

本书将中国社教类电视节目形态细分为六大类，即电视纪录片、电视谈话节目、电视体育节目、电视少儿节目、电视服务节目和电视广告节目。

## 第二节　电视纪录片

### 一、定义

电视纪录片是指专门为电视播出而制作的纪录片节目形态。

纪录片是对社会政治、经济、文化、历史、军事等领域的事件或人物及自然事物进行纪录和表现的非虚构的叙事性影像构成形态，它一般并不从属于某一特定的传媒。

“纪录片”这一名词起源于法文“docuemntaire”，本意是指“具有文献资料价值的”，到1906年，这个词开始用来指“纪录电影”或“纪录影片”，并于1914年成为名词“documentary”。[①]

“纪录片”作为一个翻译的名词，在中国的使用至少已有近80年的历史。梁实秋在1931年出版的《实用英汉辞典》中已选入了“documentary 纪录影片”的条目。[②]

纪录片作为一种特定的影像构成形态，在电影和电视这两种不同媒介中的呈现并无本质的不同。“胶”和“磁”（数字）的互相转化技术已趋于成熟，这也就意味着光学图像在多种不同介质中的保存已经没有了本质上的区别。这一点无论在国内还是国外都已被反复验证。在电视发展的早期，在其尚无能力制作自己的节目之时，它大量播出的都是使用胶片制作的影像。直至今日，尽管电视的摄像系统已经非常强大，但是在许多场合，譬如在电子系统不能正常工作的高寒地带，或在拍摄需要快速启动的情况下，往往不得不使用胶片摄影机进行工作，因为摄影机能够在1秒内启动进入拍摄，磁带摄像机则需要更长一些的时间。所以，从根本性质上来说，纪录片并不能非常明

① 董学文、江溶：《当代世界美学艺术学辞典》，江苏文艺出版社1990年版，第557页。

② 方方：《中国纪录片发展史》，中国戏剧出版社2003年版，第40页。

显地呈现出某种媒介的属性，无论是电影纪录片，还是电视纪录片，两者在影像构成形态上基本没有差别。这种情形反映在中国纪录片发展的分期上，就是往往忽略影视的差别，如中国纪录片的发展或分为影戏时代（1932—1949）、英雄时代（1949—1983）和平民时代（1983—）[①]，或分为政治化纪录片时期（1958—1977）、人文化纪录片时期（1978—1992）、平民化纪录片时期（1993—1998）和社会化纪录片时期（1999—）[②]。

而电影纪录片和电视纪录片的称谓主要是根据纪录片放映或播出的媒介加以区隔的，即：电影纪录片是指主要为电影银幕放映而生产的纪录片类型，是与电影故事片、电影动画片等相对应的一种电影类型；而电视纪录片是指主要为电视屏幕播出而生产的纪录片节目形态，是与电视电影、电视动画片相对应的一种电视节目形态。随着专为电影院线拍摄的纪录片越来越少，各种纪录片主要用于电视播出。“纪录片”与“电视纪录片”正趋于合二为一。

对于“电视专题片”和“电视纪录片”这两个概念，目前在中国电视学界和业界尚未能统一认识，存在着等同说、从属说、独立说等不同的观点。

“从属说”，即指电视纪录片从属于电视专题片，或电视专题片从属于电视纪录片两种看法。认为电视纪录片从属于电视专题片者，是把电视专题片当作“电视专题节目”和“电视专栏节目”这种更大范畴的概念来看待，因为电视专题节目或电视专栏节目所采用的形态很多，除了纪录片外，还可采用讲话、访谈、座谈会、演示、竞赛、表演等多种多样的形态。纪录片则是电视专题节目或电视专栏节目中最常使用的形态。认为电视专题片从属于电视纪录片者，则是把电视专题片等同于电视专题报道，把它归为电视纪录片节目形态中的一类，就如同电影纪录片中新闻纪录片和文献纪录片、风光纪录片和历史纪录片并列存在一样。

电视专题片的称谓最早出现在20世纪70年代。1975年中央电视台社教部推出了几个专栏，将专栏里播出的片子称为“专题片”。1976年在上海召开的全国电视工作会议上，“电视专题片”的提法得到了与会人员的认同，将此名称正式确定下来。之所以称为电视专题“片”，是因为当时的这类电视专题节目由于摄影（像）技术所限，基本上是用胶片摄制而成的，因此借用电影“片”的称谓，而称其为电视专题片。

1992年11月、1993年4月和11月，中央电视台研究室连续3次召集有关专家研讨中国电视专题节目分类与界定问题。由于长期的无序状态，中国电视专题节目的分类和界定工作非常艰难。尤其是20世纪70年代中后期产生的电视专题片和电视纪

---

① 陈国钦、夏光富：《电视节目形态论》，中国传媒大学出版社2006年版，第226页。
② 何苏六：《中国电视纪录片史论》，中国传媒大学出版社2005年版，第1页。

录片的划归问题，更是“剪不断，理还乱”。最终研究结果集中体现在1996年出版的《中国电视专题节目界定——研讨论文集锦》一书中。由于电视专题片“涵盖面过宽，已经（接近）到了一个大部类专题节目的总称”，因此，“在这次成文的界定中，没有重复列入”。[①]

对于电视纪录片，《中国电视专题节目界定——研讨论文集锦》一书的界定很长很细，而且还附上了很多的说明和解释性的内容：“电视纪录片，适宜摄影或摄像的手段，对政治、经济、军事、文化、历史事件等作比较系统完整的纪实报道，并给人以一定的审美享受的电视作品。它要求直接从现实生活中取材，拍摄真人真事，不容许虚构、扮演。其基本报道手法是采访、摄像或摄影，即在事件的发生过程中，用‘等、抢、挑’或追随采撷的摄录方法，记录真实环境、真实时间里发生的真人真事，在保证叙事报道整体真实的同时，要求细节真实。真实是纪录片存在的基础，也是它最可贵的价值所在。正是‘物质现实复原’的真实，才使纪录片有着永恒的魅力。”

实际上，上述对电视纪录片的概念界定，在后来的实践中却常常被摒弃。《纪录片编辑室》栏目在总结经验教训时说：“我们曾经从‘讲述身边百姓故事’出发，但不能把这定义为纪录片的全部，再来大讨论‘什么是纪录片’，实在是没有必要。纪录片是那么一个丰富多彩的世界，观众又有那么多方面的需要，我们为什么要把路越走越窄呢？”[②]同样，《纪录》栏目也表示：“《纪录》栏目的创作原则较之以往学术探讨的概念，将有所开放。节目创作可采用一切合理手段，突出节目创作手段的综合性。因为，整个影视艺术发展的最高境界，将不是各片种越分越清，而是各片种相互影响、靠拢、渗透的大融合。第一，突破纪录片与专题片的界限、纪录片与社会报道的界限、纪录片与故事片的界限、纪录片与文艺片的界限。我们认为，界限只有一个，那就是陈旧与创新的界限；第二，无论何种纪录片都无法实现纯客观的把握。为了适应电视市场操作的需求，不排除必要的主题先行；第三，坚持和弘扬记录精神，坚持非虚构的美学底线，坚持纪实风格当中的真实性把握。”[③]

中国广播电视奖电视社教节目评选和中国广播影视大奖广播电视节目奖电视社教节目评选奖项设置的变化，也反映了业界和学界对电视专题片和电视纪录片这两种节目形态在界定方面的困惑。

---

① 夏之平：《历史的呼唤——谈电视专题节目界定》，载杨伟光：《中国电视专题节目界定——研讨论文集锦》，东方出版社1996年版，第79页。

② 何苏六：《中国电视纪录片史论》，中国传媒大学出版社2005年版，第111页。

③ 何苏六：《中国电视纪录片史论》，中国传媒大学出版社2005年版，第111页。

从1982年中国电视评奖开始，电视纪录片就作为电视社教节目的一个类别参加评选。

中国广播电视协会主办的中国广播电视奖社教节目评选一直设有电视专题片的评奖类别：1988年度和1989年度设置了系列类和专题类两个奖项；1991年度和1993至1997年度设置了系列(片)类奖项；1998至2002年度设置了短片、长片和系列片奖项；2003年度设置了短纪录片、长纪录片、专题片和系列片奖项。[①]

2003年度中国广播电视新闻奖电视社教节目奖评选中，评委会将电视专题片和电视纪录片设置为两个并列的奖项。也正是在这次评选活动中，电视专题片和电视纪录片有了一个比较明确的定义：电视专题片是以声画对位的解说词为主要表达方式的议叙结合的电视节目；电视纪录片是指以声画合一的现场实景为主体拍摄的纪实风格的电视节目。[②] 上述界定，与很多学者的观点大同小异，譬如："专题片是一种命题作文式的纪录片，它的结论几乎是在开始拍摄之前便已经拟定好了的，人们只需要按照这个结论'依样画葫芦'"；[③]"专题片和宣传片由于其主题的先行性和思维方式的文学性，注定其制作过程必然要走与故事片类似的、事先设定意义的控制过程。"[④]当然，也有专家对上述界定持有不同看法，认为："'声画对位'和'声画合一'只是创作手法不同；'议叙结合'为主和'现场实景'为主只是表现方式不同，均不足以科学地分清'专题片'和'纪录片'之间的本质差异。"[⑤]

2005年3月下旬，中宣部出台了《全国性文艺新闻出版评奖整改总体方案》(中宣发[2005]14号)，国家广电总局原有15个全国性奖项，全部并入"中国广播影视大奖"中，下设"中国电影华表奖"、"中国电视剧飞天奖"、"广播电视节目奖"等3个子项。2005年8月18日至22日，2004年度中国广播影视大奖广播电视节目奖电视社教节目评选工作在湖北武汉举行。包括此次评选工作在内的历届中国广播影视大奖广播电视节目奖电视社教节目评选都基本延续了中国广播电视新闻奖2003年度电视社教节目奖评选中关于电视专题片和电视纪录片奖项的设置方法，分别设置了优秀专题(含专题片、系列片、特别节目)和优秀纪录片(含短纪录片、长纪录片)等奖项。[⑥]

---

① 李丹：《中国广播电视评奖档案解密(1988—2005)》，新华出版社2006年版，第288—357页。
② 郭宝新：《中国广播电视新闻奖2003年度社教佳作赏析》，新华出版社2005年版，第451页。
③ 聂欣如：《纪录片研究》，复旦大学出版社2010年版，第125页。
④ 宋杰：《纪录片——观念与语言》，云南大学出版社2008年版，第114页。
⑤ 刘习良：《电视纪录片辨析》，载《中国广播电视学刊》2006年第3期。
⑥ 李丹：《中国广播电视评奖档案解密(1988—2005)》，新华出版社2006年版，第503、508页。

## 二、分类

电视纪录片主要有以下三种分类方法：

按照主要功能，可分为纪实性电视纪录片、宣传性电视纪录片、娱乐性电视纪录片和实用性电视纪录片。

按照记录方式，可分为参与式电视纪录片、旁观式电视纪录片、超常式电视纪录片和再现式电视纪录片。

按照结构方式，可分为电视短纪录片、电视长纪录片和电视系列纪录片。电视短纪录片通常是指时长在15分钟(含15分钟)以内的单集电视纪录片节目；电视长纪录片通常指时长在15分钟以上50分钟以下的1至2集的电视纪录片；电视系列纪录片是指内容上或逻辑上有承接关系的3集以上的电视纪录片。

## 三、主要特征

### (一)非虚构的真实生活

电视纪录片是从真实生活中采撷素材，以生活自身的形态来阐释生活、抒发情感、升华哲理的。“纪录片表现的问题是真实生活中的一个存在、一个流程、一个片断，以此来反映活脱脱的人生现实，给予观众一个评价生活的基点、一种真实的人生体验。”[①]这是电视纪录片的美感所在。

电视纪录片是对生活的一种发现和有选择的再现，“它的基本手法是采访摄影，即在事件发生发展的过程中，用挑、等、抢的摄影方法，记录真实环境、真实时间里发生的真人真事。这里的‘四真’是纪录片的生命”[②]。而且这种“真”具有如同生活一样的丰富而完整的气息或情状，显示了生活的本来面貌。

电视纪录片对非虚构性的强调体现了“美是生活”的美学精神内核，同时，其对日常生活的审美化和艺术化表现则对“美是生活”有了新的演绎。

综上，可以确认的是，电视纪录片不是虚构文学，而是一种非虚构性的电视作品。真实是电视纪录片最根本的特性，是电视纪录片的灵魂。也可以说，真实本身就是电视纪录片最高的美学追求。此外，电视纪录片内蕴的人文精神能增强电视纪录片的真实感和感染力，从而彰显出电视纪录片这种审美形态的独特魅力。电视纪录片源于生

---

① 朱羽君：《纪实——震撼人心的美》，载《北京广播学院学报》1991年第3期。

② 任远：《电视纪录片新论》，中国广播电视出版社1997年版，第271页。

活，无论是题材内容，还是叙事方式，都要建基于生活本身。

当然，“源于生活”并不等于照搬生活，“纪录”也不仅仅是“记录”。电视纪录片的价值不在于宣传说教，而是要反映历史、解释历史，要“载道”。这一切都需要艺术化地呈现出来，这种呈现，要实录、不失其真，要巧妙、不留痕迹，要隐藏和内在于真实的声画之中。

### (二)一体化的镜语方式

电视纪录片记录现实生活中真人真事的功能是通过摄像机这种特殊的电子工具来实现的。现实世界中，客观事物的存在和运动都以形声一体化的完整形态进行，摄像机则以一种特殊的镜语方式再现了客观事物直观的形声结构和运动过程。这种镜语方式强调记录行为时空的原始面貌，强调记录形声一体化的行为活动，使得电视纪录片中人和事物的活动具有一种符合人们日常生活经验的逼真感。正是这种纪实本性——客观物质现实的复原，使得电视纪录片有着其他电视节目形态所无法替代的价值和魅力。

电视纪录片对一体化镜语方式的运用，突出表现在电视纪录片对长镜头的情有独钟上。

有关长镜头的源头，可上溯到早期电影中一些具有一镜拍完式的纪实风格的影片。长镜头所具有的时空完整、统一性以及景深性、多义性的“生活流”特质，是电视纪录片完整再现生活、增强真实感的主要镜语方式，符合电视纪录片“美是生活”的美学指导思想以及纪实性的叙事风格。

电视纪录片多运用长镜头推进叙事进程，把镜头中的各种内部运动方式统一起来，时间上保持了客观事物的流程完整，空间上保证了关系的整体性，使其自然流畅又富有变化，使画面形成多种角度和景别。电视纪录片尽可能多地运用长镜头，其纪实性强，能给人逼真的参与感、现场感。它往往以一种旁观者的姿态引领观众静观事件的发展，可以淡化主体意识，客观地展现生活原貌，酝酿某种特定的情感。当然，长镜头也可以作为一种在镜头内部进行场面调度的特殊的蒙太奇，正如它讲故事也建立在特殊编织后的呈现上一样，它遵循真实自然的原则同时赋予其美感。

电视纪录片对一体化镜语方式的运用，还表现在对同期声的大量运用上。

同期声可加强画面的真实感，使画面具有可闻性。现场画面为声音提供声源，使声音具有可见性，二者相辅相成，交相辉映，从而创造现实逼真感。电视纪录片在声画合一的镜语应用中，抓住了时间和空间上的现在进行时，给观众以大容量、全方位、多

角度的感受，用独特的表现手法揭示出深刻的内容，用镜语思维方式打破传统的解说思维方式，并能展现丰富多彩的真实生活和真实人物的内心世界，充分体现“美就是生活”，自然而然地强化烘托和渲染的效果。如具有里程碑意义的电视纪录片《望长城》就打破了声画对位的早期电视纪录片的制作传统，其中长镜头、同期声、声画合一的成功运用造成的现场感展现出电视语言的独特魅力，对于当代中国电视纪录片创作的影响是革命性的。

在中国电视纪录片发展的早期阶段，由于技术手段的问题，在用摄影机或摄像机去记录生活时，声音与图像往往被机械地分离了。受电影纪录片的影响，蒙太奇一度作为主要镜语方式，得到最为充分的体现或运用。蒙太奇式的思维特征，总是通过先中断再连接的方式来构筑意义，它往往通过时空分割来阐明甚至创造含义，具有叙事的强制性和话语的霸权性。它强调单义性画面的造型和连接，认为不同的镜头组接在一起会产生单个镜头所不具有的含义，即 1＋1＞2；而不同的组接方法又会创造新的地理或时空，从而构筑出全新的意义。

### （三）情境化的叙事结构

情境化的叙事，就是要使电视纪录片的图像符号所表现的抽象内容具有一种可经历的情境意义。电视纪录片的创作者既不能像剧情类电视节目的创作者一样用虚构的方法来安排情节，也不可能将生活完完全全地记录下来，而只能以真实自然的生活流程为素材，通过选择一个个有意义的瞬间和片断来再现生活的原貌。这种再现是建立在情境完整的基础之上的。所谓情境，应包括三大要素：人物活动的具体时空环境；人物面临的具体事件或情况，即过程；由此构成的特定人物关系。[①] 一部电视纪录片正是由多个具有一定逻辑联系的情境按一定的结构组成从而达到叙事的目的。

电视纪录片的基本叙事方式就是纪实，要求反映未经修饰的自然和社会，记录当事人的真实语言。电视纪录片的创作态度是客体性的，整个作品呈现的是一种“无我”之境。电视纪录片寓论断于叙事，在发现和选择的影像背后，“我”的主体意识藏而不露，隐而不发。

电视纪录片的叙事流程如同铺展一条线，它侧重于情境的线性发展，关注的是过程，是一段相对完整时空的流动，而编导的思想就隐藏在声画的选择和编排运用当中，隐藏在情境的叙述过程中，是借由生活本身来隐喻和暗示的。整个电视纪录片的叙事

---

① 石长顺：《电视专题与专栏——当代电视实务教程》，复旦大学出版社 2009 年版，第 141 页。

就像编导在不断系扣与解扣的过程，但这个过程又是不露痕迹、不动声色的，用生活本身呈现一切，所有的声画形象都蕴涵着生活本身的动人力量，饱蘸着情感。这是一种指向未知，指向无限领域的探索。讲故事是电视纪录片情境呈现的有效手段。电视纪录片的叙事讲求画面事实与话语事实的同构，是生动形象地讲故事，是娓娓道来。其叙事策略包括叙事方式、悬念设置、省略与铺垫、交叉叙事与平行叙事等，故事性要强，既不能琐碎，也不能人为制造戏剧性的封闭结构来满足观众期待的心理完型，重要的是将内容寓于生动的叙事载体——声音和画面之中，将观点隐藏于被摄者的动作、表情、言谈、经历描述中，给观众留出一个开放性的读解空间。从观众接受与作品的关系来看，电视纪录片主要是属于感性维度的，心理诉求点在于以情动人，通过感性渠道来通达一种具有形而上意味的无限延伸的意境。

电视纪录片关注生活和情感的自然流程，关注生活本身蕴藏的因果性和情节化过程，其叙事具有开放性和流动性的特征，所讲述的情境是纪实性的，这与自然呈现的特点相得益彰；但这种纪实除了其本身所特有的客体性色彩外，还是一种建立在感性叙事基础上的特殊编织。这种编织又是非戏剧性、非虚构性意义上的，它试图在感性形式层面、内容意义、美学价值之间建立起一种特殊和谐的关系，强调新闻意识和艺术感觉的并驾齐驱。

在中国内地，对电视纪录片的叙事方式的认识，有一个不断回归电视纪录片本体的过程。中国早期电视纪录片往往不是按生活的自然流程进行叙事，而通常是建立在观念表达的基础上，生活内容通常以横断面的方式为主题服务。生活的横断面由于脱离了具体的时间、具体的活动、具体的行为目的，往往变成具有象征意义的抽象化了的材料。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958—1978)

1958 年 7 月，北京电视台播放了中国第一部电视纪录片《英雄的信阳人民》，主要内容是河南信阳人民抗灾夺丰收的感人事迹。在当时制作电视纪录片还不能把音乐、效果、解说词直接转录在 16 毫米胶片上。播出的时候，是一边通过放映机把无声影片的图像投放在白色的墙壁上，一边用录音机把混好的录音与影片同时播出。

1958 年 10 月 1 日，北京电视台摄制并于当晚播出第一部记录重大庆典活动的电视纪录片《首都人民庆祝建国九周年》。这部 20 多分钟的电视纪录片实际上是一部未

经配音和拷贝的编成样片。在暗室里，人们用搪瓷盆手工冲洗黑白反转片。然后，挂在自制的木架子上自然晾干，逐段剪辑、审查。当晚播出时，几部录音机分段配音乐和音响，播音员对着画面加解说。制作方式十分原始但却保证了让北京地区电视观众看到了当天的庆典实况，充分显示出电视报道在时效方面的优势。

发轫时期的电视纪录片节目形态的主要特征是：以颂扬独立自主、艰苦奋斗的精神为宣传主要基调；以国家重大政治事件、各条战线的先进典型为报道的主要内容；以运用综合艺术手段充分表现主题为基本创作方法和艺术特色。代表性作品有《当人们熟睡的时候》、《长江行》、《美丽的珠江三角洲》、《美丽的橄榄坝》、《欢乐的新疆》、《大庆铁人》、《春到侗乡》、《芦笛岩》、《厦门风光》、《苏州园林》、《英雄的越南南方人民》、《保卫越南北方》、《收租院》、《战乌江》、《兰考人民战斗的新篇章》、《三口大锅闹革命》、《深山养路工》、《成昆铁路》、《大庆在阔步前进》、《铁人还在战斗》、《引黄上山》、《太行山下新愚公》、《放鹿》、《泰山压顶不弯腰》、《种花生的哲学》、《新上海的主人》、《紫金山下红小兵》、《壮志压倒万重山》、《向青石山要水》、《锦绣桃源》、《沙石峪换新天》、《大干颂歌》、《金溪女将》、《咱们的五个孩子》、《戈壁红花》、《伟大的战士白求恩》、《越南人民决战决胜》等。上述电视纪录片大都具有那个时代鲜明的颂扬教化色彩。这一方面给后人留下了很多极为宝贵的历史影像资料，另一方面也造成了宣传意味过浓、题材范围狭隘、表现形式单一等不足。

### (二)发展时期(1979—1999)

1979 年，一种新型意识形态系统取代了阶级斗争哲学，中华民族从支离破碎的话语体系里站起来，寻找新的文化资源，那些沉没在历史深层的地理文化意象呈现出来：丝绸之路、长江、黄河、长城、大运河……这些携带着民族体温的记忆引发了一场文化寻根之旅，作为主流意识形态的主导文化与作为民间意识形态的大众文化都从民族记忆里找到了精神力量。中国电视纪录片敏锐地感受到这种时代的律动，在此后的 10 年里，《丝绸之路》、《话说长江》、《话说运河》、《河殇》等成为一个时代的经典。

1981 年 5 月 8 日，中央电视台开始播出 17 集系列电视纪录片《丝绸之路》。该片由中央电视台与日本 NHK 电视台合作拍摄，是中国内地第一部大型系列电视纪录片。

1983 年 8 月 7 日，中央电视台开始播出 25 集系列电视纪录片《话说长江》。该片由中央电视台与日本私营的佐田企画社联合摄制。《话说长江》采用了清晰、明快的空间结构线索，从长江源头说到入海口，从天文地理说到风土人情，其中充满了对历史的

沉思和对现实巨变的肯定。全片以浓墨重彩、翰墨华章的风格，以一泻千里、磅礴非凡的气势，书写了一曲祖国山河和民族历史的新篇章，在海内外产生巨大反响。当时新华社报道说，"每到星期天晚上，数百万中国人便坐在电视机前，收看中央电视台播放的系列片《话说长江》"。后来《话说长江》征集主题歌词，短短13天内，来稿达到四千余件之多。①

1986年7月5日至1987年3月28日，中央电视台定时播出了35集系列电视纪录片《话说运河》。该片是继《丝绸之路》、《话说长江》之后中国内地依靠自身力量摄制的第一部大型系列电视纪录片。《话说运河》在节目形态方面作出了更多的探索，具体表现在节目主持人的运用、边拍边编边播出方式的创造、与观众的交流贯穿节目始终等方面。

1988年6月11日，中央电视台开始开始播出由30集系列电视纪录片《黄河》素材再利用编制而成的6集系列电视纪录片《河殇》。该片采取了新的表现角度和叙事策略，《话说长江》和《黄河》式的民族自豪感被抛弃了，取而代之的是广征博引但现实性极强的政论风格。全片分为《寻梦》、《命运》、《灵光》、《新纪元》、《忧患》、《蔚蓝色》等6集，以"反思古华夏文明命运，揭示悲剧性民族心态"为创作意图，提出西方文明是蔚蓝色文明、中国文明是黄色文明的理论观点。解说词说："蔚蓝色的隐退，埋伏下一个民族和一种文明日后衰退的命运"，"蔚蓝色就像这小帆船，获得了现代世界命运的象征意义"，而"黄河东流万里，最终还是流入大海。我们不再拒绝大海的邀请了"。这等于是明确提出了抛弃黄色文明迎接蔚蓝色文明的主张，在国内学界和社会上引发了激烈的争论。在艺术特色上，《河殇》创造了一种政论与抒情相结合的风格，其关于历史的忧思引起很多观众的心理共鸣，现实的批判激发了观众的收视欲望。但尘埃落定，当人们再次冷静地思考这部电视纪录片的思想倾向时，却不难发现，斗室之中的愤懑和热情空洞的呐喊并不符合当时中国发展的客观实际。

1998年12月18日，12集系列电视纪录片《改革开放二十年》在中央电视台第一套节目中播出。该片围绕"真理标准大讨论"、"农村联产承包责任制"、"社会主义市场经济"、"思想解放"、"精神文明建设"、"法制建设"、"军队建设"、"科教兴国"等主题逐一展开，勾勒出中国改革开放20年间沧海桑田的历史变迁，揭示了中国社会发展和改革的真实历程。

这些大型电视纪录片占据了当时电视台黄金时段的重要一席，在社会上获得了持

---

① 石屹：《电视纪录片——艺术、手法与中外观照》，复旦大学出版社2000年版，第70页。

续性的轰动效应。《话说长江》和《话说运河》播放时的收视率曾达到40%，这与同时播出的《四世同堂》和《红楼梦》等热门电视连续剧不相上下。这些作品的成功，不仅因为它们所传达的主题契合了当时观众的文化心理，也因为中国电视纪录片美学风格的转变。这些探索并最终把中国电视纪录片引向一条新的道路。

20世纪80年代，中国电视纪录片产量明显增多，每年近200部(集)，但是播出的渠道还是很少。于是，中央电视台相继开设了《祖国各地》、《兄弟民族》、《神州风采》等短纪录片栏目。各地电视台也纷纷成立专题部，负责制作电视纪录片。

1989年1月9日，中央电视台开设了专门为播出地方电视台优秀纪录片的《地方台50分钟》栏目，每周一期。1990年5月14日，《地方台50分钟》改名称为《地方台30分钟》。这个栏目为中国电视纪录片的发展起到两大推动作用；一是为全国优秀电视纪录片提供了一个展示和检阅的平台；二是扶持了大批电视纪录片创作人才。

20世纪90年代，市场经济的车轮开始在中国大地滚动，大众文化日益取代精英文化成为主流，电视观众的喜好随之变化。那些动辄就讲"文化"、"民族"、"历史"的电视纪录片不再受到观众的欢迎，那种高高在上俯视大众的教化式作品也变得令人生厌。于是，一些导演开始把关注的目光直接投射到当代普通人的生存状态上，其中的作表作品有吴文光编导的《流浪北京——最后的梦想者》、康健宁和高国栋编导的《沙与海》、王海兵编导的《藏北人家》等。

1991年11月18日，由中央电视台与日本东京广播公司联合摄制的大型系列电视纪录片《望长城》在中央电视台开播。与此同时，该片以《万里长城》之名在东京广播公司播出。两台收视率均超过40%。《望长城》总片长为626分钟，由刘效礼担任中方总编导，共分《万里长城万里长》、《长城两边是故乡》、《千年干戈化玉帛》、《烽烟散尽说沧桑》等4部，每部3集，分别围绕长城的军事功能、民风民俗、种族融合、生态平衡等方面做文章。

1989年初冬，《望长城》摄制组在八达岭长城脚下的康庄，就这部电视纪录片的拍摄样式和思路展开了长时间的讨论，最后形成了决定此后中国电视纪录片节目形态走向的共识：第一，所有的拍摄素材必须带有同期声和现场效果声；第二，要重视记录过程；第三，长城要拍，但更重要的是要拍长城两边的人；第四，使用主持人；第五，对于宏大的题材要舍得用篇幅。就此而言，《望长城》堪称中国电视纪录片与电视专题片节目形态的分水岭。

1993年1月2日至15日，中央电视台陆续播出了电视系列纪录片《广东行》。该片包括《走向市场》、《路通财通》、《人尽其才》、《"股"为今用》、《合出效益》、《走过从前》

6部共14集，每集30分钟。这部作品继《望长城》之后又作了新的探索，主要是让编导退居幕后，采用以摄像机代替主持人、以同期声为主的创作手法，也就是后来常说的“跟拍”。

1993年2月4日，上海电视台设立了以“聚焦时代大变革，记录人生小故事”为定位语的《纪录片编辑室》栏目，这是中国第一个完全依靠自己的力量独立运作的电视纪录片栏目，每期40分钟，每周播出一次。该栏目立足于本地区观众，心理照顾到不同层次观众的需求，陆续播出了《摩梭人》、《德兴坊》、《十字街头》、《15岁的中学生》、《茅岩河船夫》、《毛毛告状》、《重逢的日子》、《半个世纪的乡恋》、《远去的村庄》等一批反映上海生活的精品佳作，在国内引起了很大反响。当时的收视率达到30%左右，最高到过36%，超过同时段播出的电视剧。《纪录片编辑室》的探索与实践，标志着中国电视纪录片创作进入了栏目化阶段。

1993年5月1日，中央电视台杂志型栏目《东方时空》开播，其四个板块中有一个是《生活空间》。《生活空间》起初的定位是服务于烹饪、养生、美容、服饰等日常生活。该板块推出不久，主创人员就发现其与栏目整体风格相左。

1995年10月，《生活空间》板块改版，推出定位语“讲述老百姓自己的故事”。此时的《生活空间》与《纪录片编辑室》风格相似，“即通过长期播出一个又一个以‘真善美’为核心思想的短纪录片，‘润物细无声’地使受众的人文素质得以提高”[①]。所不同的是，《生活空间》是一档日播电视纪录片栏目，而且放在早间。它推出了连续性的短纪录片系列，每部2至6集，每天播出1集。这种章回体的形式，显然受到了前一时期大型系列专题片的影响，既可以弥补《生活空间》节目因为时间太短所带来的无法展开、缺乏深度的不足，又能通过环环相扣、设计悬念的方式吸引观众连续收看。

2000年11月，《生活空间》改名为《百姓故事》，但其定位和风格基本没有改变。譬如，在《回家》中，观众看到了喜获3天探亲假的犯人在与家人重逢时那悲喜交加的情景，在《告诉我你爱我》中，观众看到了深深陷入爱河的年轻夫妻在摄像机前的忘情亲吻……这些普通人的生活以一种原生态的风格展现在老百姓的面前。正是这种对普通平民生活的关注，使得原本有些神秘的电视拉近了与观众的距离。

《生活空间》不仅开创了中国日播电视纪录片栏目的先河，而且使“讲述老百姓自己的故事”逐渐成为中国电视纪录片的一种潮流，激发了全国各地电视台开办纪录片栏目的热情。

---

① 陈虻：《〈生活空间〉的拍摄理念》，载《电视研究》2000年第9期。

1993 年 12 月 2 日，黑龙江电视台推出《生活三原色》栏目，每周 1 期，每期 30 分钟，包括《社会写真》、《街巷扫描》、《男人女人》、《寻常百姓家》、《庄稼院》等 9 个板块。《生活三原色》开始体现出创作主体的介入，主持人贯穿其中，试图记录下原汁原味的生活万象。

1994 年 7 月 1 日，山西黄河电视台开办《黄河轶事》栏目，长度 10 分钟。该栏目以山西黄土文化为主要内容，题材范围涵盖了山西的历史文化、民俗风情、传说故事、人文地理、自然景观、革命文物等更广阔的领域。

1994 年 11 月 11 日，山东电视台推出了《家》栏目，每周 1 期，每期 20 分钟，内设《寻常百姓家》、《生活有滋味》、《家庭万花筒》等板块。该栏目关注的题材不仅广阔，而且更加纵深化、集中化。

1995 年以后，电视纪录片栏目开始在全国普及。北京电视台的《第三只眼睛》、上海有线电视台的《寻常人家》、陕西电视台的《电视写真》、四川电视台的《写真世界》、湖州电视台的《湖视纪录片》等纷纷设立。

(三)成熟时期(2000—)

进入 21 世纪以来，中国电视纪录片进入成熟时期，具体表现在以下三个方面：

1. 栏目化

2000 年 11 月，中央电视台《纪录片》栏目开播，由当时的社教中心纪录片部承办，每周播出 5 期，每期 30 分钟。通过这一栏目，中国此前创作的一系列无缘播出的电视纪录片得以与观众见面。如一批关于西藏的电视纪录片以《我们西藏》为题连续播出两周；一批获奖的电视纪录片被重新包装后得以播出，如《经典回顾》连续播出 12 天。应该说，中国观众有系统地、专心观赏中国创作的优秀电视纪录片是从《纪录片》栏目开始的。此外，该栏目还坚持规模化创作和系列化播出的原则，先后创作播出了 52 集《百年中国》、6 集《发现曾侯乙墓》、6 集《解放啦》、4 集《来自 1910 年的列车》、8 集《外国记者眼中的中国风云》、13 集《正阳门外》、16 集《点击黄河》、6 集《巴人之谜》、4 集《北京人头盖骨之谜》、4 集《甲午悲歌》、5 集《重庆大轰炸》、6 集《吴越春秋》、16 集《经典纪录》、16 集《一个作家和一个城市》等精品系列电视纪录片，在观众中反响强烈。以往只能以特别节目出现的一系列所谓“大片”的电视纪录片，在这个栏目里成为日常播出的节目。

2001 年初，中央电视台推出由北京科学教育电影制片厂主创的《发现之旅》栏目。这是中央电视台唯一定位于“科学”的电视纪录片栏目，也是一个与国际接轨的栏目。

该栏目的创办填补了中国科学探索类电视纪录片的空白，得到了观众和业界的认可，共获得了国内外60多个奖项，几乎囊括了国内全部纪录片大奖。《发现之旅》开创的电视纪录片节目形态更成为国内多个电视纪录片栏目的模仿目标，被业内同行称为“科影现象”。

2001年7月9日，中央电视台推出中国电视史上第一个大型人文历史与自然地理类纪录片栏目《探索·发现》。该栏目以“在未知领域努力探索，在已知领域重新发现”为宗旨，倡导娱乐化纪录片的理念，采用讲述精彩故事，设置引人入胜的悬念，运用生动的电视声画手段，向观众呈现出一部部既有较高文化品位、知识内涵，又有很强观赏性的电视纪录片，如以《滇缅公路》、《北洋水师》、《解放战争》为代表的“战争调查”系列，以《三星堆：消失与再生》、《濮阳星图之谜》和《发现虞弘墓》为代表的“考古发现”系列，以《照片背后的故事》、《发现大熊猫》、《东方红卫星传奇》为代表的“历史揭秘”系列，以《红柳的故事》、《寻找滇金丝猴》、《“外星人”遗址揭秘》为代表的“自然探奇”系列等。

据不完全统计，截至2009年，中国开路播出的电视纪录片栏目总计83档。主要集中在中央电视台和专业电视纪录片频道或准专业电视纪录片频道，其中中央电视台19档、中国教育电视台8档、上海纪实频道20档、湖南金鹰纪实频道14档、重庆纪实频道8档，共占据全国纪录片栏目总量的82%。其他如云南卫视、北京卫视、天津卫视、吉林卫视、广东卫视、内蒙古卫视、江西卫视、旅游卫视、凤凰卫视也播出电视纪录片栏目，但数量较少。而全国以自制为主的电视纪录片栏目约43个，占总量的60%，其他栏目以购买编辑为主。[①] 云南卫视以日播栏目《经典人文地理》、《自然密码》成为全国卫视中纪录片份额最大的频道，吉林卫视的《回家》、天津卫视的《中国人》和《泊客中国》、内蒙古卫视的《蔚蓝色的故乡》、北京卫视的《档案》等栏目一直保持着较高的文化品位。

2. 大片化

在栏目化的同时，《狙击手》、《复活的军团》、《故宫》、《1405——郑和下西洋》、《圆明园》、《青藏铁路》、《再说长江》、《新丝绸之路》、《玄藏之路》、《森林之歌》、《同饮一江水》、《同一个世界 同一个梦想》、《敦煌》、《庐山——人文圣山》、《大明宫》等大片相继出炉。它们在继续履行纪录时代进程的宏大使命的同时，引入新观念、采用新技术、尝试新方法，如大量运用超高清拍摄设备，加入航拍、电脑特技、三维动画等，显示了强大

① “中国纪录片发展战略研究”课题组：《2009年中国纪录片发展研究报告》，载《现代传播》2010年第10期。

的时空再造能力，有效缓解了电视纪录片精英文化立场与大众市场期待之间的紧张关系。

2006年11月23日，12集系列电视纪录片《大国崛起》在中央电视台播出。该片以葡萄牙、西班牙、荷兰、英国、法国、德国、俄罗斯、美国等9国崛起的大致时间为序，在风云激荡的时代变迁中，探寻推动国家发展的根本力量，寻找各国在发展过程中创造的属于全人类的文明成果。

2006年12月11日，10集系列电视纪录片《跨国风云》在中央电视台播出。该片以世界不同区域的市场、文化作为背景，重点挖掘故事中的生命、财富、情感、文化、市场等元素，通过典型人物的典型故事，展示中国企业"走出去"的曲折经历，并借助它们的视野，介绍了不同市场的特色和商务特点，解读和普及国际市场规则。

2007年6月23日，8集系列电视纪录片《香港十年》在中央电视台播出。该片用小切口提示大主题，以小人物展示大时代，用平实的镜头记录了回归10年中"一国两制，港人治港，高度自治"从理论到成功实践的历史过程，呈现了一个真实而全面的香港，凸显了香港回归祖国10年后最大的变化——人民的变化。

2007年10月5日，6集系列电视纪录片《复兴之路》在中央电视台第一套节目综合频道黄金时间播出。作为《大国崛起》的姊妹篇，《复兴之路》全面系统地梳理中国近现代历史，反映了1840年以后中华民族艰难曲折的复兴之路和新中国成立以来，尤其是改革开放30年以来取得的巨大成就。

2010年8月23日，大型电视纪录片《公司的力量》在中央电视台首播。该片共10集，每集50分钟，分别为《公司！公司！》、《市场无限》、《猎富时代》、《进步之痛》、《危机时刻》、《谁执权杖》、《各领风骚》、《创新先锋》、《本土雄心》、《地球无疆》等。该片以世界现代化进程为背景，梳理公司起源、发展、演变、创新的历史，讨论公司组织与经济制度、思想文化、科技创造、社会生活等诸多层面之间的相互推动和影响，旨在以公司为载体，探寻实现国家发展、社会进步、个人幸福的途径。

2010年10月2日，大型电视纪录片《当卢浮宫遇见紫禁城》在上海广播电视台纪实频道首播。该片共12集，每集40分钟，分别演绎古代中亚、埃及、希腊、罗马以及中世纪文艺复兴等不同时空背景下的东西方艺术演进历史，穿插各领域专家学者的最新评析，同时也呈现了卢浮宫和故宫依托宫殿建筑设立博物馆的精妙构思和创意。

3. 频道化

在栏目化和大片化的推动下，中国电视纪录片的频道化也提上了日程。

2000年8月8日，亚洲第一个历史纪录片频道阳光卫视正式开播。阳光卫视的

构想是:通过自制、购入、结盟等多种模式,建立一个以传输历史、人物传记为主题的非戏剧类纪录片的节目资源库,并通过卫视宽频网站、数字卫星、录像带、光碟等多种渠道播出。虽然由于预期和实际效果的巨大反差,阳光卫视于 2003 年 6 月转向为综合频道,但其首创精神是值得肯定的。

2001 年 7 月 9 日开播的中央电视台科教频道虽然不是一个纪录片专业频道,但却是中央电视台纪录片播出的主要平台,也是覆盖全国、以频道栏目集群出现的纪录片播出平台。凭借覆盖全国和国家电视台的品牌资源、政治资源等先天优势,该频道对推动中国纪录片的规模化生产和播出起到了重要的示范和引领作用。中央电视台科教频道以追求"教育品格、科学品质、文化品位"为宗旨,设置了涵盖自然、科技、历史、人文、社会、教育、电影等领域的 20 余个栏目,其中自制自播的电视纪录片栏目主要有 6 个,即《探索·发现》、《人物》、《大家》、《重访》、《绿色空间》和《科技人生》。

2002 年 1 月 1 日,上海电视台开办了中国内地第一个专业电视纪录片频道——纪实频道。该频道设置的主要栏目有《纪录片编辑室》、《档案》、《大师》、《眼界》、《文化中国》、《往事》、《经典重访》、《风言锋语》、《DV365》、《寰宇地理》、《探索》、《传奇》、《传奇中国》、《科技密码》、《铁血军事》、《狂野动物》、《视野》、《发现中国》、《收藏》等。历经 3 年亏损之后,上海电视台纪实频道终于在 2005 年扭亏为盈,2006 年广告收入 7200 万,此后收视率和广告收入一路攀升,2008 年达到 1.26 亿,2009 年在国际金融危机背景下依旧广告收入过亿。上海电视台纪实频道的成功证明电视纪录片同样可以实现市场化生存。

2007 年 4 月 30 日,深圳电视台 DV 生活频道试播,2007 年 9 月 28 日正式开播。该频道定位为"全国平台,全球视野",是中国内地第一个也是迄今唯一一个以播放 DV 作品为主的专业综合频道。该频道以参与的广泛性和表达的个性化为显著特点,以中青年观众、家庭观众和 DV 爱好者为主要目标观众群。DV 生活频道每天的播出时长为 24 小时,共有《影像馆》、《实验剧场》、《糖果剧场》、《DV 关注》、《DV 名人堂》、《MDV 斗秀场》、《DV 总动员》、《旅友》、《DV SCHOOL》、《乐点越开心》、《大富翁》、《职场 365》、《晒宝会》等 13 档节目。节目覆盖整个深圳地区,并通过国家广电总局批准的全国广播电视付费频道集成运营机构,以有线数字方式在全国范围内播出。该频道还与土豆网共同发起了全国 DV 联盟。该联盟汇聚了国内外 DV 爱好者、DV 创作团队、DV 产品产销商、影视艺术领域优秀专业人士。

2007 年 10 月 17 日,中国教育电视台第三频道在连续改版的基础上最终确立主推纪录片的发展战略,实现了向纪实频道的转型。该频道的改版源自中国教育电视台

2005年开始打造的电视纪录片品牌《我的太阳》的大胆尝试和其所取得的巨大成功。改版后，中国教育电视台第三频道扩大了纪录片的播出量，新增加了《首播纪录》、《首都纪录》、《中国纪录片》等自制栏目和《寰宇地理》、《传奇》、《视野》、《人文发现》、《纪录片精品俱乐部》、《经典纪录》等外购栏目，使纪录片的播出量占到整个频道总节目量的60%左右。

2008年2月18日，重庆电视台科教(纪实)频道正式开播。该频道以打造渝派纪录片为核心诉求，主要包括《记录重庆》、《真实》、《我爱纪录片》等自制栏目以及《此时此刻》、《记忆》、《品味》、《动物明星》、《寰宇地理》、《注视重庆》、《共和国日志》、《财富人生》、《我们看电影》、《传奇》、《风尚》、《世界奥德赛》、《超级棒车》、《奇趣大自然》等外购栏目。

2008年3月12日，湖南经济电视台金鹰纪实频道试播，2008年4月9日正式开播。该频道是一个专业化纪实纪录片频道，设有《故事湖南》、《丁点真相》、《时光漫步看天下》、《博物馆翻箱底》、《收藏印象》等自制栏目以及《纪录面工厂》、《奇趣大自然》、《探索》、《传奇》、《传奇中国》、《寰宇地理》、《视野》、《文化周末》、《旅行者》等外购栏目。

2011年1月1日，中央电视台纪录频道开播，这标志着中国电视纪录片的播出有了全国性的平台。频道运营模式采用工作室制，共设三四个工作室、十几个制片人，由制片人监控项目的运作。中央电视台只负责投资，具体节目制作则由共同合作的机构来完成。该频道每年投资将近6个亿，每天有4个小时的播出时间。

## 第三节 电视谈话节目

### 一、定义

电视谈话节目是将人际间就公众关注的新闻人物、新闻事件、热点话题等产生的口头传播引入屏幕，并将这种传播方式本身直接作为节目的内容元素和形式元素的社教类电视节目形态。

电视谈话节目以其选题内容的包容性和表现形式的开放性，不断吸纳新闻类、文娱类、剧情类等节目形态的内容和形式元素，成为中国社教类电视节目形态中选题内容最为多元、表现方式最为质朴的形态。

根据传播学的一般理论，传播包括四个基本元素：传播者、接收者、传播环境和传播内容。对于电视谈话节目形态而言，其基本元素包括话题、主持人、嘉宾、现场观众、

道具、环境等。

(一)话题

话题,也即谈话的题材,堪称电视谈话节目的生命线。“一个有较高品位的谈话题材,应是主流文化与多元文化的和谐统一、世界文化与民族文化的和谐统一、现代文化与传统文化的和谐统一、大众文化与精英文化的和谐统一、高雅文化与通俗文化的和谐统一。”①

话题一般分为非常规性话题和常规性话题两种类型:非常规性话题针对的是当前发生的新闻事件和新闻人物,或者社会关注的热点和焦点,这种话题对电视谈话节目而言,可以增强其对舆论的引导力,长此以往可稳步提升节目的品位;常规性话题是指选题主题化,即在一定的时间内,保持话题内涵的一致性,批量推出同一主题下的话题。无论是非常规性话题,还是常规性话题,一个有较高品位的话题都需要至少具备如下五个条件:

一是普遍性。话题内容应对更多的人有意义,能够引起观众普遍的兴趣。那些个别的或者是偶然的事情通常不应该成为话题选择的对象。譬如经济与人们的生活息息相关,其中有意思、有意味的话题肯定不少,但只有那些对多数人的生活已经产生或可能产生影响的现象才能成为节目的选题。

二是贴切性。要根据节目定位选择贴切的话题。譬如,即使同为电视谈话节目,《锵锵三人行》与《超级访问》的定位有着明显的区别。节目嘉宾同为孟广美,在《锵锵三人行》中,她是作为窦文涛的同行一起讨论热门的新闻事件,而在《超级访问》中,她是被访问的对象,她将会更多地谈起她的事业、生活、感情。因此可以说,节目定位决定了话题的选择范围。面对一个嘉宾或事件时,应该根据节目的定位,选择既可以激发访谈者的积极性,又能调动观众兴趣的合适话题,而不应盲目从众,一哄而上。

三是时宜性。从理论上说,每一期节目都有一个最佳的播出时间,在这个时间节点上播出,最有可能收到预期的传播效果。因此,电视谈话节目的编导在选择话题时应优先考虑近期热点事件、纪念日、新闻人物等,尽快安排播出。同时,在选择话题时还应具有前瞻性,了解一下将来可能出现的一些潜在话题,这样就可以提前做好相关的案头准备工作,确保这类话题在适当的时候能顺利制作和播出。

四是思辨性。话题应该是多元思维的结果,一旦失去了观点的多样化,电视谈话

---

① 孙宝国:《嘉宾一样是“传者”》,载《新闻战线》2010年第3期。

节目的价值就大打折扣了。节目话题一定要让参与其中的人有话说，而且围绕这一话题能够产生出不同的观点，在具体讨论的时候也一定不能“一言堂”。

五是操作性。话题准备进入实施阶段前的最后一项工作就是考察话题的操作性。其中，政策的规定、嘉宾的邀请、节目组自身的人力物力状况都是要考虑的因素。只有充分了解这几个方面的情况，并确定可行，话题才能最终进入实际操作阶段。事实上，在电视谈话节目的制作过程中，因为考虑不周而匆忙上马，最后导致节目半途而废的情况时有发生。这些不必要的失误浪费了大量人力物力财力，有时可能影响节目品位的稳定性，如果在实际操作前做好案头工作，这类问题应该是可以避免的。

(二)主持人

节目主持人是在电子传媒中，以个体行为出现，代表着传媒群体观念，用有声语言、形态能动地操作与把握节目进程，直接、平等地进行大众传播活动的人。[①] 对于电视谈话节目而言，主持人是嘉宾元素之外的另一个不可或缺的元素，“主持人若不得力，节目的档次、品位就会被拖下来；反过来，主持人得力，就有助于提高节目的档次和品位”[②]。许多电视谈话节目是以主持人的名字命名的，如《一丹话题》、《小崔说事》、《鲁豫有约》、《杨澜访谈录》等。主持人恰如节目的商标，主持人的风格往往代表着一档电视谈话节目的独特品格。

1. 主持人的角色定位

在大多数电视谈话节目中，主持人主要承担着四种角色：首先是提问者，要通过提问打开嘉宾和现场观众的话匣子，使谈话有目的、有计划地顺利进行；其次是谈话者，要在做好采访提问的情况下，积极参与话题的讨论；第三是组织者，要主导节目和引导话题，创造良好的沟通氛围；第四是传播者，要起到作为节目乃至媒体品牌形象代言人的作用。在具体实践中，电视谈话节目主持人的四种角色是四位一体的。四种角色如何才能充分地协调和使用好，而且不露痕迹、平稳流畅地转换，对电视谈话节目主持人来说是十分重要的。

当然，在不同亚形态的电视谈话节目中，主持人的角色略有差异。譬如，在群言式电视谈话节目形态中，主持人主要是一个穿针引线者、现场控制者、气氛调节者；而在对话式电视谈话节目形态中，主持人更像是一个调查者、挖掘者、印证者。再譬如，当

① 俞虹：《节目主持人通论》，中国广播电视出版社 2004 年版，第 7 页。
② 蔡帼芬：《明星主持与名牌节目》，中国传媒大学出版社 2004 年版，第 168 页。

面对配角型嘉宾时，电视谈话节目主持人必须具备更强的场控制能力：首先，主持人要事先与嘉宾进行沟通，向嘉宾说明自己的意图，并在节目中通过提问的方式，引导嘉宾参与发表不同意见，最终达到预期的节目效果；其次，主持人要尊重嘉宾，友善地与嘉宾沟通，有意识地将嘉宾的思想引入正确的舆论场；第三，主持人不仅要调动起嘉宾谈话的积极性，还要按节目的要求引导谈话的方向。

2. 主持人的能力要求

一般而言，有影响的电视谈话节目主持人大都是电视媒体中有内涵、有口才、有人缘、有特点的名牌主持人。

所谓内涵，主要是就综合素养而言的。电视谈话节目主持人要做到"在精炼中适度冗余，精炼语需要冗余语稀释"、"冗余语应该形散而神不散"[①]。临场应变、善于交流都成为其必备的素质，尤其是新闻时政类电视谈话节目主持人，还要有良好的政治理论修养、较深的文化底蕴和独特的个性气质。此外，新闻时政类电视谈话节目主持人还有注意以下几点：要客观，控制个人情绪，避免狭隘社会观念对情绪的影响，避免日常生活中特殊经历对情绪的影响，避免节目进行时突发事件对情绪的影响；要恰当，把握访谈分寸，保持一个既活泼又真诚、既亲近又礼貌的访谈分寸，这不仅关系到访谈对象的心情，更涉及谈话内容的公正；要严谨，保证用词准确，由于话题的敏感性，主持人一旦发生口误，很有可能造成无法挽回的不良后果，至少被观众视为缺乏基本的常识和起码的素养。

所谓口才，主要是就语言功力而言的。从语用学角度分析电视谈话节目主持人的话语功力，要求主持人做到以下三点：一是知道"我是谁"，明确自己在节目中的地位和作用；二是知道"跟谁说"，确保其话语与节目的基本定位及价值取向保持一致；三是知道"如何说"，要学会运用话语的层次性、冲突性、合适性、文化性，从而恰到好处地遣词造句，恰如其分地引导嘉宾畅所欲言。

所谓人缘，主要是就互动能力而言的。在电视谈话节目主持人众多能力中，主持人与嘉宾的互动能力是其中最关键、最重要的一种。可以说，与嘉宾互动是电视谈话节目主持人必然具备的一种意识和能力，否则节目将会失去生命力和吸引力。主持人与嘉宾的互动可分为内容互动、心理互动、情感互动等三种：要通过内容互动为观众提供有用的信息；要通过心理互动实现传受者之间心理上的动态平衡；要通过情感互动使传受者之间产生情感上的共鸣与升华。

---

① 邓海荣：《试论电视谈话节目主持人语言的精练与冗余》，载《新闻记者》2007年第10期。

所谓特点，主要是就个性化而言的。电视谈话节目是真正的主持人节目，其成败在很大程度上取决于主持人的个性化。另外，需要注意的是对个性的追求不是单一的，而是综合的，是多方面特点的组合。一个优秀的电视谈话节目主持人在节目中展现个性化的同时，还要能积极参与到节目的选题、拍摄、剪辑等环节中。

(三)嘉宾

"嘉宾"在古代汉语中是对客人的尊称。曹操在《短歌行》中提到"我有嘉宾，鼓瑟吹笙"，指的是其麾下的贤才们。现代汉语中"嘉宾"也是尊称客人。在中国内地，较早在实际操作中运用"嘉宾"称谓的节目是中央电视台的《综艺大观》和《正大综艺》栏目；而其作为一种特殊的电视现象被确认，则是20世纪90年代随着《东方时空》、《实话实说》等节目的兴起而出现的一种电视现象。特别是在稍后兴起的《面对面》、《对话》、《艺术人生》、《鲁豫有约》、《杨澜访谈录》、《咏乐汇》等层出不穷的电视谈话节目形态中，嘉宾更成了不可或缺的基本元素之一。一般而言，广义上的嘉宾，指的是被邀请到节目现场，参与节目的所有客人；狭义上的嘉宾，专指在主景区与主持人共同作为谈话主体的某位或者某几位客人。[①]

从传受双方的关系来说，在电视谈话节目录制现场人际传播的情境中，嘉宾既是传者，又是受者；而针对场外观众，嘉宾与主持人一样是传者。如果说，主持人的作用主要是交代和引导话题，那么话题的展开、深入、升华，则主要是由嘉宾完成的。在影视剧创作中，选择好演员就等于成功了一半；嘉宾在电视谈话节目中的作用，与一部影视剧作品的主要演员相当，是吸引观众眼球的焦点人物。"访谈对象永远是风，主持人只是操帆的水手。无风则帆落空，风挟帆而远行。"[②]可以说，作为嘉宾的名人明星或普通百姓的表现如何，直接关系到电视谈话节目的传播效果。

作为主要谈话者元素，嘉宾的发挥直接影响到电视谈话节目的品位。因此，在寻找时需要考虑以下一些最基本的问题。

首先，嘉宾要有谈资。一个有谈资的电视谈话节目嘉宾或者本人的经历就有故事，或者对某一具体话题占有足够的资料并具有权威性或个性化的发言权。譬如，中央电视台《对话》栏目受邀嘉宾大多数是世界政要和行业领军人物，或者具有强势话语权的标志性人物。中央电视台《咏乐汇》栏目所邀请的嘉宾也大都是经济、科技、文化等领域的成功人士，其所经历的人生起伏和沉淀的人生智慧这些信息对观众而言无疑

① 雷蔚真：《电视策划学》，中国人民大学出版社2008年版，第194页。

② 王嘉钰、沈萌萌：《曹可凡与〈可凡倾听〉》，复旦大学出版社2008年版，第1页。

具有很大的吸引力。再譬如国防大学张召忠教授经常成为中央电视台《中国报道》等品牌电视谈话栏目的嘉宾，他就国际军事问题发表的观点之所以常给人以豁然开朗之感，原因就是他有丰富的专业知识和独到见解。

其次，嘉宾要有谈技。嘉宾应把握话语的“时空”，注意说话的场合和时间，达到嘉宾话语与节目语境相得益彰、自然和谐。

第三，嘉宾要有谈品。一个有谈品的电视谈话节目嘉宾应注意与主持人和其他嘉宾之间的协调，而不是一味地表现个人，搞话语霸权。

而对于电视谈话节目的不同于形态，嘉宾的选择标准应进一步进行区隔。如在讨论型电视谈话节目中，嘉宾需要有严密的逻辑和清晰的条理，分析深刻到位，见解别具一格，能够与其他嘉宾或者主持人就某个话题进行深入讨论；在叙事型电视谈话节目中，不论是名人明星还是普通百姓，嘉宾要有与众不同的经历或者故事，以事动人，表述故事和自己的感受时，不矫揉造作，以情动人；在辩论型电视谈话节目中，嘉宾之间的观点须针锋相对，形成热烈的辩论，所以嘉宾要有缜密的思维、机敏的反应、富有说服力和感染力的话语、犀利的风格，能一针见血地指出对方观点的破绽；在清谈型电视谈话节目中，嘉宾要见多识广、联想丰富、思维活跃，同时语言风格轻松幽默，具有自身的个性。①

对于一档电视谈话节目而言，嘉宾的选择标准的高低在很大程度上决定了节目品位的高低。因此，建立科学的嘉宾选择体系，对于储备电视谈话节目的嘉宾资源，处理嘉宾关系，相当重要。如中央电视台的《艺术人生》曾经将寻找嘉宾的标准细分为4条，编导在报选题时，要填写一份选题意见表，除了嘉宾姓名或者选题名称外，对以下四方面进行介绍和评分，才能最后确定嘉宾人选：人生故事（人生经历是否丰富，故事是否感人，是否有特殊的人生故事），占40%；艺术成就（主要作品，作品的影响力，业界的口碑），占20%；观众期待（大众知名度，近期新闻性和生活变故），占20%；表达能力（语言，讲故事能力，幽默程度），占20%。② 最后描述对嘉宾的总印象，并计算总分。

确定了所需要嘉宾的条件和标准，接下来就是要找到合适的人选。中央电视台《国际双行线》栏目的编导道出了其中的艰辛：“每一个选题确定之后，《国际双行线》都要反复斟酌嘉宾人选，在尽可能广的范围内进行严格的遴选。随着编导对选题思路的

---

① 苗棣、王怡林：《脱口成“秀”——电视谈话节目的理念与技巧》，中国广播电视出版社2006年版，第181—182页。

② 雷蔚真、邓力：《电视品牌的策划与创建——〈艺术人生〉透析报告》，中国传媒大学出版社2008年版，第185页。

深入把握，话题设计与先前计划之间往往有较大变化，这时的嘉宾人选很有可能发生调整。即使是那些度身定做的题目，在操作过程中也未必心遂人愿。某些嘉宾候选人初见面时尽善尽美，再接触几次却经不住推敲，甚至人不对题，只好拿下。”[①]所以说，寻找合适的嘉宾对于电视谈话节目来说是一件非常核心的工作，容不得有丝毫随意与懈怠，否则将对节目品位构成致命的损害。

如何尽快找到合适的目标嘉宾呢？有的电视谈话节目建立了一套专门寻找嘉宾的机制，除了定期通过网络等发布选题、通过有关机构寻找嘉宾外，最有效的嘉宾选择方式是建立节目嘉宾资源库。譬如中央电视台《对话》栏目设有专门的策划人员，负责建立和丰富嘉宾资源库，了解各相关领域的资讯，不断发掘可能会被邀请的新人物，及时把这些人的相关资料收集到嘉宾资源库。每过一段时间，策划人员就会对嘉宾资源库加以整理，按照一定的方式分类，并列出每个嘉宾的特色。栏目日积月累储备了大量的嘉宾资源，在寻找嘉宾时从中进行选择，可实现资源共享又避免了重复劳动。

(四)现场观众

一些电视谈话节目中有观众参与，一些则没有。这里参照现场嘉宾的界定，将现场观众也分为来到演播室的观众和电子屏幕上的观众两类。在有现场观众参与的电视谈话节目中，现场观众是节目的元素之一，而不是可有可无的看客和摆设。一方面，现场观众的出现可以增强谈话的现实感，营造现实的谈话氛围；另一方面，现场观众的参与可以起到拾遗补缺、营造气氛、调整节奏的作用。

有无现场观众参与效果是不一样的。给现场观众参与的机会，既可以丰富谈话的内容和形式，也可以吸引观众。有现场观众参与的谈话才更有可能使节目成为真正的公众论坛。

(五)道具

“道具”是从舞台艺术中借用的概念，指的是在舞台演出中，与表演者直接发生关系的一切用具和器物。不同于舞台道具的虚拟性，道具在电视谈话节目中多指与话题或嘉宾相关的各种真实的物件。作为电视谈话节目中的非语言符号，道具一方面通过形象具体和直观的电视表现手段为观众传递有用的信息，另一方面作为悬念和戏剧化的元素来结构节目进程。一般来说，道具可分为功能性道具和情感性道具两种。

---

① 北京电视台《国际双行线》栏目组:《对话与交流》，文化艺术出版社2001年版，第340页。

功能性道具既可以是特意为节目制作的图片、题板、漫画等，也可以是在节目中起解说阐释作用的实物。譬如，在中央电视台《对话》栏目以美国维亚康姆公司总裁雷石东为嘉宾的那期节目《创业从六十三岁开始》中，主持人用题板展示了一幅漫画，内容是雷石东推着一辆购物车，里面装着三件商品，分别象征着维亚康姆公司所进行的三次大收购。围绕这幅漫画，话题依次展开，这个道具很好地起到了启下的作用。

情感性道具往往与嘉宾的个人经历紧密联系，能激发嘉宾的情绪，促使他们敞开心扉，流露出真情实感，还能引起观众的好奇心，制造悬念，营造良好的谈话场。中央电视台《艺术人生》栏目就比较擅长运用情感性道具。譬如，在以台湾歌手蔡琴为嘉宾的那期节目中，道具是一个装满小纸条的玻璃瓶。那些小纸条是蔡琴在孤独沮丧时写下的自我鼓励的文字，曾经支撑她一路走过来。这样一个小小的道具，让蔡琴潸然泪下，由此激发的内心告白，感染了无数观众。

(六)环境

电视谈话节目的谈话环境大多设置在专业的电视演播室，也可设置在普通的客厅、书房甚至户外等其他场所。

电视谈话节目的谈话环境设置要做到形式与内容的协调一致。譬如：重大的时政话题，谈话环境宜简洁明朗；深刻的经济话题，谈话环境宜朴实大方；轻松的社会话题，谈话环境宜动感活泼。主要原则有三：内容越是深刻复杂，谈话环境就越应简单明了；尽可能地缩短谈话环境、电视屏幕与观众的距离；谈话环境的设计上要给人透明、开放的视觉感受。

## 二、分类

按不同的标准和视角，电视谈话节目形态的分类方法也有所不同。概括起来，主要有以下几种：

按照功能诉求，可分为娱乐性电视谈话节目和非娱乐性电视谈话节目。

按照收视诉求，可分为搞笑类电视谈话节目、煽情类电视谈话节目、猎奇类电视谈话节目、励志类电视谈话节目等。

按照目标受众，可分为女性电视谈话节目、男性电视谈话节目、老年电视谈话节目、青少年电视谈话节目等。

按照谈话环境，可分为演播室电视谈话节目和非演播室电视谈话节目。

按照嘉宾身份，可分为明星电视谈话节目、平民电视谈话节目等。

按照有无现场观众，可分为无现场观众类电视谈话节目和带现场观众类电视谈话节目。

按照谈话题材，可分为知识信息类电视谈话节目、人际沟通类电视谈话节目、情感心理类电视谈话节目等。

按照叙事主线，可分为话题类电视谈话节目、人物类电视谈话节目等。

按照谈话方式，可以分为叙事型电视谈话节目、辩论型电视谈话节目、讨论型电视谈话节目、清谈型电视谈话节目等。

按照结构方式，可分为对话类电视谈话节目和群言类电视谈话节目。

按照播出方式，可分为现场直播型电视谈话节目和录制播出型电视谈话节目。

## 三、主要特征

### (一)直接的人际互动

谈话是人们相互交流最有力的方式，它能调动人的整体感知，让人们在其中获得超越于语言之上的亲密感觉，是最为人性化的交流方式之一。

以往的传媒使人际的这一交流方式得不到发挥。由于技术条件的限制，印刷传媒只能以对话记录的形式将交谈加以抽象化；广播传媒虽然开创了谈话节目这一形态，但听觉的单感官满足仍然阻隔了这种传播的人本状态。

而在电子和数字技术的保障下，电视谈话节目具有最符合电视本质的传播状态。它能够以人自身作为传播符号，将谈话的完整状态加以保留、物化、传递，以人际交流的即时互动构成节目内容，满足并延伸了人们面对面交谈的愿望，而且将人际传播和大众传播良好地结合在一起，经由电视传媒的放大，创造了一种广域的人际传播空间，成为现代社会里的人与人、人与世界建立联系，加强沟通的重要渠道，还原出生命本身的质感。

### (二)完整的场式传播

电视谈话节目能保留谈话的完整性和动态性，进行场的传播。

人在谈话中进行的是一种包括语言、表情、姿态、动作、心态、氛围的整体传播，而人的接收也是一种瞬间全盘吸纳的状态，而且由于在谈话中人的情绪、气氛处于相互的激发、生成中，整个谈话现场会随着谈话的进行而形成一种信息场。

电视谈话节目以直播或直播形态的录播，完整地保留了现场的人际互动情景，全

方位展示了谈话过程中的语言、性格、心态、氛围，导演现场即时地整体编排可调动在时间链条中绵绵不息的动态谈话，形成一种人际传播的势态。

譬如中央电视台《相约夕阳红》的一集是农村老汉谈大学生儿子回乡办工厂，作为现场嘉宾的老汉愁眉苦脸地说，过去几亩地、两间房、雇了不过两个半人，就算是地主了。如今儿子雇了300多个工人，得算是什么呢？老汉的担心引来大家的会心一笑，镜头适时转向现场观众，有人不满，指责老汉的儿子们，辜负国家培养，没有报效国家；有人欣赏，说要实现自我，体现自身价值……表情不一，各执一词。节目完整地展现了整个谈话过程所形成的"场"，有预设的话题，有完全的即兴，情绪和信息的积累层层上升至高潮，社会转型期不同观点、不同心态、不同思想、不同年龄的交锋完整地展现在观众面前，不是戏剧却胜似戏剧。

在谈话场的传播中，会因为这种信息的完整和势态的延伸，而让人获得诸多超越于语言之外的感知，这也是电视谈话节目的独特魅力之所在。因此观众的兴趣虽然是由话题而始，却常常能在谈话节目中获得全方位的满足。

(三)个性的自然流露

电视谈话节目为个性的自然流露提供了良好的环境。电视谈话节目中的信息是个人发布的，观点不论偏颇与否，但它是"我"的声音，这就让信息有了鲜活的生命力。在奥普拉·温弗瑞的《读书俱乐部》谈话节目中，温弗瑞总是问：你能与主人公成为好朋友吗？你从小说中悟出了什么道理？如果你就是主人公，你会像他(她)那样吗？上述谈话节目主要是借助个人的经历来评价某部著作。

电视谈话节目提供的话语空间能提供多样化展示手段，使得人可以采用语言、表情、动作等多种方式来辅助表达。譬如《实话实说》的一期春节特别节目中，就安排了让大家表演自己拿手的厨艺这一环节，有位参与的观众的绝活是擀超薄面皮，崔永元说："擀这么薄是不是有欺骗顾客的嫌疑？为什么擀这么薄呢？"这位观众说："做什么事都要有一个个性。"另一位参与的观众的绝技是背手包包子，崔永元说："你说这不是自己和自己过不去，正着包多好。你怎么想起来反着手包？"引出这位观众非常精彩的回答："想在工作中寻找一些乐趣。"在节目中各人以自己特有的方式交谈，多种方式相映成趣。

实际上，这种个性的自然流露是有其社会基点的。人的个性都是社会性的体现，人的语言因个人的身份及所处的社会经济条件的差异，而有不同的方式，在观点的碰撞中流露的实际是不同的社会文化和心理的碰撞。这使得个性的流露具有普适性，能

够引起广泛层面的认同。

(四)动态的情感碰撞

人的谈话具有动态性和偶发性，电视谈话节目以现场的特定空间最大限度地刺激了人的交往欲望，人的智慧、情感都会在语言中展现。电视谈话节目中大家感兴趣的话题加上主持人的适当引导，引发了现场嘉宾及现场观众的机敏对答，加速了谈话中动态的情感碰撞，激发出人最为本质的一些内涵，强化了人际传播中的张力。

譬如在台湾一档畅谈百年历史的电视谈话节目《世纪末大对决》中，谈到酣处，黄安对李敖说："我可能成为文坛的李敖，但你却永远成不了歌坛的黄安。"待李敖点头之后，黄安又说："你以前是文坛才俊，现在只能算是文坛耆宿了。"李敖一听，差点儿跳起来。黄安又说："你不要跳，你是老前辈，干嘛要对年轻后辈动气呢?"对于别人来说，这种对话可能张力过大，而对于惯发狂语的李敖，这种极具冲击性的对话恰恰激发出了人物的个性，也构筑了节目的亮点。在《相约夕阳红》的一期节目《老夫老妻》中，当观众中一位老太太夸奖作为现场嘉宾的老先生幽默时，谁也没有想到，老先生竟以与年龄不相称的动作，敏捷地跳起来，几个箭步跨过场地，扑到现场观众席与她热烈握手，全场为之鼓掌。电视谈话节目中意想不到的情感变化，会常常引发戏剧性的场面。

(五)优化的信息组合

现代传播技术的发展使得电视谈话节目能够在谈话的现场，通过大屏幕实时插入场内嘉宾和观众的谈话内容以及字幕、图表、三维动画等多重信息，进行优化组合，不仅使多路素材贯通于具有实质意义的谈话现场之中，而且使人们在进行全息性的人际传播的同时，又能获得共时性的情感需求的满足。

虚拟演播室技术的发展又为电视谈话节目开拓了新的信息结构方式，譬如凤凰卫视在《锵锵三人行》中运用虚拟演播室技术，不但提供了一个多维的谈话空间，还随时无缝插入谈话所涉及的影像及文字资料，而虚拟出席的方式可以将分散在世界各地的主持人、嘉宾、观众以及各种动态资料集结在一个电视空间里，使得谈话方式的变化更为活跃，人物的交流有超越时空的互动性。

(六)经济的成本结构

电视谈话节目有着相对经济的成本结构，对场地、制作人员、制作技术的要求都不高。电视谈话节目不像电视剧那样，需要水平很高的导演和编剧，需要很好的设备以

及大量资金的投入。它只需要一个外景地或演播室、一位或两位主持人、几位现场嘉宾，而且现场嘉宾和现场观众往往不需要酬金，只需提供交通住宿的费用。同时，电视谈话节目的后期编辑也不需要复杂的特技处理，只要主持人发挥得好，现场录制完毕就能够迅速合成。有的电视谈话节目甚至采用直播形式，省去了后期编辑制作的时间和费用，这些特点使电视谈话节目成为电视节目中制作费用相对较低的一种形态。

以美国为例，在1992年，制作一集在黄金时段播出的电视剧至少要花费100万美元，而制作同样长度的电视谈话节目则至多花费10万美元。相比之下，电视谈话节目的制作费用显然低得多。以投入与产出比来算，电视谈话节目无疑是经济效益最好的一种电视节目形态。琼尼·卡森是美国著名夜间电视谈话节目《今夜》的主持人，他在自己主持的最后一期节目中用30秒说了一个仅有75个单词的笑话，这个笑话竟然价值近15万美元——广告商为这30秒支付的贴片广告费就是15万美元，平均算下来，每个词值2000美元。又譬如北京电视台的谈话节目《谁在说》曾以每集5000元的价格出售给其他电视台播出，创下当时30分钟专题节目的最高交易价。而高收益又能进一步刺激优秀的电视谈话节目的出现，这种良性循环有力促进了电视谈话节目的发展。

所有的电视节目形态都是一定技术基础上社会心理的反馈，在直播卫星电视和网络技术大为发展，全球政治经济形势不断变化，人的心态处于不断调整状态的今天，电视谈话节目将具有更为广阔的发展前景。然而，这个前景将不再是用量的积累所能支撑的。电视谈话节目需要从抢占空地的阶段进入对社会心理的切实满足阶段，真正成为传播信息、表达观点、沟通情感、慰藉心灵，最后实现公众话语权的一个重要载体。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1992—1994)

1992年，上海东方电视台创办了中国内地最早的电视谈话节目《东方直播室》，该节目采用现场直播的方式，邀请嘉宾和观众来到演播室就某个话题展开讨论。在《东方直播室》出现后，各地方电视台也出现过一些谈话节目，如黑龙江电视台的《北方直播室》、吉林电视台的《大家谈》、广东电视台的《岭南直播室》、广州电视台的《夜谈》等。这些电视谈话节目由于传播面狭小，没有产生广泛的影响。

1993年1月，中央电视台《东方时空》栏目《东方之子》板块采用了电视谈话节目形态，但它有两个局限：一个是谈话者的标准，他们必须是“东方之子”，也就是说他们

必须先符合人选《东方之子》人物的标准，才可以成为一个谈话人；另一个是节目只有8分钟的长度，只能讲重点、要点，没有篇幅容纳其他有趣味性的东西、带有过程性思考的东西。

(二)发展时期(1995—)

电视谈话节目真正引起观众和理论研究者的关注并在电视节目制作中形成一股浪潮，是由《东方时空》栏目孵化的《实话实说》栏目的热播开始的。

1995年5月4日，《东方时空》播出了纪念创办两周年的特别节目，作为《实话实说》的雏形，它为《实话实说》的开办打下了基础。

1996年3月16日，经过精心策划的电视谈话栏目《实话实说》开播。第一期播出的节目名称是《谁来保护消费者》。"打假英雄"王海戴着墨镜，贴着假胡子出现在节目现场，与四位嘉宾及现场的几十位观众一起讨论了这样一个问题:消费者在买到假货后该如何来保护自己的合法权益。

继这期节目之后，《实话实说》还陆续播出了《鸟与我们》、《拾金不昧要不要回报》、《不打不成才》等一系列节目。这些节目采用辩论的方式，对一些颇具争议性的话题进行了探讨。节目播出后，迅速在观众中产生了轰动效应，人们争相谈论着节目主持人崔永元幽默、机智、亲和的主持风格，以及嘉宾们的言谈举止。

中央电视台庞大的观众群体和崔永元独特的主持风格固然是《实话实说》取得成功的重要原因，但该节目能得到观众的关注和喜爱还有着更为根本的原因，"那就是人们喜爱看到同自己一样的普通人出现在电视屏幕上，敞开心扉真诚地交流，在即兴的言谈中闪烁出智慧与幽默的火花"①。人们喜欢这种以即兴谈话为主要内容的新兴电视节目形态。

2000年12月22日，中央电视台第三套节目综艺频道推出著名演艺明星谈话节目《艺术人生》，时长30分钟。②《艺术人生》以经典性、怀旧性和舒缓的叙事风格赢得了观众的青睐。节目借助明星回顾人生际遇，揭示明星成长背后的故事，以及亲朋好友、昔日故旧的细节回忆，营造了一种温馨动情的氛围。节目注重细节的展示，以道具、动作、神态作为戏剧元素，以特写和长镜头烘托气氛，并常常抖出意料之外的包袱，譬如张海迪的20多个钟表、德德玛20多年前在中国音乐学院学习时的学籍资料、赵薇报考北京电影学院考试时的录像、宋丹丹意外见到启蒙老师时的惊讶神态等。

---

① 苗棣、王怡林:《脱口成"秀"——电视谈话节目的理念与技巧》，中国广播电视出版社2006年版，第13页。

② 2001年7月13日，《艺术人生》时长延长至50分钟。

2002年1月1日，凤凰卫视向全球华人同步推出周播明星谈话节目《鲁豫有约——说出你的故事》。2002年至2004年3年间，《鲁豫有约》先后访谈了156位人物，他们中间既有记录共和国历史、承载几代人集体记忆的尘封人物，也有曾经在前台呼风唤雨、后来却备受争议的焦点人物。

2002年5月24日，湖南经济电视台推出电视谈话节目《越策越开心》。节目每周六20：30播出，时长45分钟，主持人为汪涵和马可。《越策越开心》的基本结构包括前戏、歌舞秀、越播越开心、嘉宾访谈等四个环节。节目名称中的"策"字是长沙方言，意思与"调侃"比较接近，《越策越开心》因为加入湖南方言元素，而显得独树一帜。同时，长沙人对于"策"的热衷，也给了《越策越开心》广阔的生存空间。

据不完全统计，截至2004年底，中国内地有电视谈话节目近200个。在参评2004年度中国首届十佳电视公共栏目的33件作品中，有26件是谈话节目。当然获奖比重也较大，在十佳作品中除了山西电视台的《黄土地》是对农杂志节目外，其余九席都是谈话节目，按照开播时间的先后顺序，分别为中央电视台的《实话实说》(1996年3月16日)和《相约夕阳红》(1999年1月2日)、河北电视台的《真情旋律》(1999年3月5日)、重庆电视台的《龙门阵》(1999年10月4日)、中央电视台的《对话》(2000年7月8日)、湖北电视台的《往事》(2000年12月31日)、黑龙江电视台的《当事者说》(2001年3月5日)、北京电视台的《真情互动》(2001年3月10日)、安徽电视台的《记者档案》(2002年10月24日)等。[①]

2006年6月10日，上海东方卫视、第一财经频道和唯众传播联合出品的电视谈话节目《波士堂》在上海东方卫视首播，每周一期，分别在上海东方卫视、第一财经频道和第一财经频率轮流播出。首期栏目的播出时间虽正值足球世界杯期间，但收视率仍闯入上海东方卫视三甲。其除夕夜在上海东方卫视的播出更创下了收视率亚军的佳绩。

"波士堂"(Boss Town)这个洋派的名字可以作两种理解：一是老板集镇，即聚集地；二是老板过堂，接受观察员的"审讯"。第一财经频道的官方网站定义其为"国内第一档充满娱乐精神的高端人物脱口秀节目"，"每期节目邀请一位企业界重量级的商界精英作为主角，同时邀请3位来自企业界、文化界或演艺界知名人士组成观察员团，构成立体的话语互动体系，从不同角度观察、不同层次展现企业家的个人性情、商业传奇和精彩人生"。

---

① 张莉、张君昌：《中国电视十佳公共栏目》，新华出版社2004年版，第13页。

《波士堂》主张“商道即人道，财经也轻松”，打破以往财经类电视节目严肃有余的文字化倾向，将人性化、平民化的电视表达手段充分融入节目中来，还原人物本色，分享商界精英的个性魅力、商业智慧和人生哲学。

2008年8月4日19∶30，湖南卫视推出“大型礼仪公德脱口秀节目”《天天向上》。节目中创设了一个由3至8人甚至更多主持人为主体的主持阵容，引入了全国第一支偶像男子团体“主持人群”的概念，用各种形式来传播中华五千年礼仪之邦的礼仪文化。他们在节目中以班长、副班长、班员的角色出现。每一期都会有一场开场秀，接着是6堂课，最后是大师开讲，总结一期节目。当中的6堂课精彩纷呈、妙趣横生，以搞笑趣味的方式教授语文、英语、历史、地理等传统课程，也设有游戏环节和惩罚规则，而惩罚方式也是出人意料。

2008年11月1日晚，中央电视台第二套节目经济频道推出号称“全新互动闲谈秀”的电视谈话节目《咏乐汇》。该节目每期邀请一位经济、科技、文化等领域的成功人士，向观众展现其经历的人生起伏和沉淀的人生智慧。

在《咏乐汇》中，一直在《天涯共此时》、《欢聚一堂》、《非常6＋1》、《幸运52》、《梦想中国》等栏目中“站”着主持节目的李咏，终于大部分时间“坐”了下来，以“主人”的身份，给每一位嘉宾准备好一道道与其人生有关联的菜品，并边吃边聊。

尽管同属于电视谈话节目，但《咏乐汇》显然与《志云饭局》、《鲁豫有约》、《艺术人生》、《康熙来了》等不同，正如有人半开玩笑地说：“《咏乐汇》是带观众的《志云饭局》、带吃喝的《鲁豫有约》、带圈外人的《艺术人生》以及不带女主持的《康熙来了》。”①

## 第四节　电视体育节目

### 一、定义

电视体育节目是以体育运动为主导元素的社教类电视节目形态。

电视体育节目具有新闻类电视节目形态的特征，但与新闻类电视节目形态不同的是，电视体育节目往往会在一个事先确定的时间范围内，按照明显的先后顺序进行叙事；同时，电视体育节目所叙述的内容往往会有一个明确的结果。与新闻类电视节目形态相似的是，电视体育节目存在的主要价值就在于通过直播的方式和观众一起见证

---

① 吴琼：《2008：中国电视回归年》，载《视听界》2009年第1期。

结果。虽然具有明显的新闻类电视节目形态特征，但总的来看，包含棋牌、田径、游泳、体操、球类、拳击、马术等比赛的电视体育节目，其本质是向观众提供娱乐和消遣服务。

作为人类体能、技巧、美感与电视艺术完美结合的电视体育节目，是中国电视节目内容和形式元素变化最多、观众规模增长最快的形态之一。观众在不经意间会发现，电视体育节目越来越新鲜、越来越有趣、越来越刺激、越来越悬疑了。电视体育节目催生了一个又一个体育明星，他们反过来又成为电视体育节目的看点和卖点，为电视体育节目赢得了收视率和收视份额。可以说，"体育竞赛是生产明星的沃野，是保持收视率的一个关键，是衡量电视娱乐价值的硬通货之一"①。

其实，电视体育节目的这种变化和影响力，不过是体育运动本身的娱乐属性在电视传媒中进一步的开掘，是电视体育节目在市场规律作用下的必然结果，是现代电视观众追求轻松、休闲、趣味的必然要求。譬如在为期一个多月的2006年德国足球世界杯决赛期间，拥有名主持黄健翔，大牌球星贝克汉姆、齐达内的中央电视台足球世界杯赛事转播的收视率，大大超过了湖南卫视的名牌才艺选秀类电视真人秀节目《超级女声》，取得完胜，堪称一场经典的超级电视真人秀。

体育赛事是电视传播的重要内容，电视传播是体育赛事的表达渠道。电视传播与体育赛事两种不同的社会现象一经结合在一起，便焕发出巨大的魅力。观众对电视体育节目的需求是一种精神需求。而人类精神需要的产生源于人类渴求那些给自己带来美好印象的事物，拒绝和排斥那些给自己带来消极和不愉快感的东西。人类之所以选择某一类行为，是人类的心理需要。当人们获得自身主体价值的肯定时，精神上就会感到幸福、愉快、振奋，就会体验到自己生命的意义。电视体育节目承载着体育运动中的勇敢、顽强、超越等精神追求和审美价值，电视观众通过观看体育节目能感受到体育运动之美，得到精神上的愉悦和满足。

## 二、分类

电视体育节目可细分为以下四个子形态：

一是电视体育赛事转播。这是电视体育节目形态中最常见的，也是最具有刺激性的亚形态，包括现场直播和实况录播两类，其中现场直播由于在赛事进行的同时同步传送信号，观众可以获得身临其境的体验。同时，由于体育赛事天然的悬念感，观众对节目的投入程度是录播节目无法比拟的。现在大部分电视体育赛事节目都采用现场

① 吴冰沁：《新兴贵族——中国电视》，山东文艺出版社2004年版，第9页。

直播的播出方式。

二是电视体育资讯节目。这是以传播体育赛事及相关资讯为主要内容的一种电视体育节目形态。在当今世界上,几乎每天都有许多体育赛事在进行,观众不可能对每一项赛事都给予特别的关注。电视体育资讯节目对各项赛事的过程和结果集中进行传播,满足了观众对于最新信息的需求。除了赛事本身的报道外,电视体育资讯节目还将报道的触角伸向了体育运动的各个方面,譬如训练信息、赛事筹备、设施建设等。

三是电视体育谈话节目。这是传统电视体育节目形态的延伸,一般由运动员、教练员、评论员、普通观众等一起来谈论体育赛事,通过思想交锋展现体育赛事背后的各种现象。在一些重大体育赛事之前预测赛事结果,或者在赛事之后点评赛事得失,能够使观众在一场体育赛事中得到尽可能多的娱乐享受。

四是电视体育游戏。这是在电视体育节目中引入游戏元素的一种衍生节目形态。电视体育游戏节目是最能发挥电视体育节目娱乐功能的亚形态。电视体育游戏节目还可细分为电视体育竞技游戏节目和电视体育竞猜游戏节目。根据场地的不同,电视体育竞技游戏节目还可细分为室外电视体育竞技游戏节目和室内电视体育竞技游戏节目两种。

## 三、主要特征

### (一)激烈的竞技性

由于电视体育节目传播的首先是报道赛事,所以,体育元素是电视体育节目的主导差异元素,是其他差异元素赖以存在的前提和基础。体育元素具体可分解为比赛直播的片段、颁奖仪式、升旗仪式、奖牌榜、赛事播报等。体育元素体现的是顽强拼搏、公平公正、重在参与的体育精神,以及体育比赛的精彩激烈。体育元素还包括现场解说员就比赛做出解说和评论,演播室主持人用寥寥数语总结,演播室嘉宾画龙点睛式地做出分析,现场记者连线在第一时间采访获奖运动员,简要复述比赛。体育元素不仅构成了电视体育节目传播的形式,更为重要的是,在这个差异元素中,对比赛从不同角度的阐释成为其他差异元素得以建构的依托。

### (二)强烈的情感性

体育不仅仅是进行单纯的竞技比赛,比赛前后和比赛过程中,运动员、教练员、观

众都会经历一种情感的体验。胜利的狂喜、失败的悲伤，无不在那一刻被宣泄。体育中的情感元素与体育元素相生相伴。观众欣赏人的体育运动，欣赏体育运动中的人，同时体验人在体育运动中的情感。因此，体育传播更加重视人性的展示，充分展现对人的情感的尊重，对比赛背后的人的内心世界的揭示；而绝不能只见比分不见人，应该让观众既见金牌，又见泪水。

北京奥运会期间，中央电视台的《一起看奥运》栏目就秉承了这样的转播理念，营造了一个奥运情感场，于是观众看到了中国射击运动员杜丽失利首金后的痛哭失声与再度夺金后的灿烂笑脸，看到了美国射击运动员埃蒙斯夫妇的倾情相拥。比赛镜头捕捉了这些蕴涵了丰富意义的动作和表情，因为这其中流露出人们在运动中最真实的情感。在其他子栏目中，情感场构建的侧重点则转向更深层次的挖掘，譬如用短片讲述曹磊与母亲深厚的母女情，父亲“残忍”训练女儿背后的深层原因，用短片和访谈的形式描述中国教练员王大勇与比利时运动员塞弗之间长达近20年的师徒情。

《一起看奥运》的“记者连线”则在单边注入点和运动员通道现场采访运动员，第一时间捕捉赛后人的情感。单边注入点是奥运会主办者在赛场周边为电视媒体划定的一个供租用的采访拍摄区域。单边注入点采访是一种现场实时采访手段，记者可以在比赛现场对刚比赛完的运动员、教练员和其他新闻人物进行实时采访。譬如在中国男队夺得体操团体冠军时，记者采访总教练黄玉斌和体操中心主任高健，观众从他们闪烁的泪光中读到了金牌背后的艰辛。

作为综合性电视资讯节目，《一起看奥运》推出许多子栏目，借助比赛影像素材和其他影像资料，制作深度报道，摄入挖掘人物情感和内心世界，运动的情感被深度挖掘并多角度呈现。通过这些专题栏目，观众记住了“妈妈冠军”冼东妹与尚在襁褓中的女儿数月不曾谋面的感人故事，观众认识了丘索维金娜和其身患白血病的儿子……

### (三)浓厚的文化性

体育不仅是运动，更是文化。文化是体育得以灿烂的最深厚的渊源和依托，是体育的灵魂。电视传媒对体育运动的传播意义已远远超出了体育运动本身，观众在接触体育运动时，感受到的不仅是竞技比赛和运动情感，同时还沉浸在一种体育文化的浓浓氛围之中。

中央电视台《一起看奥运》栏目的各子栏目，有介绍项目发展渊源和比赛规则的《赛事百科》，有回忆、重温奥运史上精彩瞬间和感人场面的《奥运经典》，而《新闻1＋1》、《高端看奥运》则旨在借助专家、学者、名流的视角，深入解读奥运知识和文化内涵，

譬如邀请田亮、马艳红等前奥运冠军解释项目知识，毕熙东、颜晓华、陈昭等资深体育传媒人士点评比赛，美国前国务卿基辛格、北京奥运会美国体育代表团团长李希等走进《高端看奥运》讲述他们眼中的中国和北京奥运会，这些嘉宾从不同层面传播诸如“人性的自我超越”、“你是我的敌手，不是我的敌人”等奥运普世价值。《一起看奥运》正是通过展示这种文化元素，给观众一个巨大的空间，启发和引导观众去追溯奥林匹克的渊源，去理解奥林匹克的精神。同时，体育元素和情感元素也由于有了文化元素而更显得真实感人。

#### (四)艺术的审美性

一场精彩的赛事也是一件精美的艺术品，而一次出色的电视体育节目播出，也蕴涵着电视人的独具匠心。电视技术的发展，使人们可以从多个角度，采取慢动作、分解镜头等方式去欣赏体育运动，许多电视体育节目也开始努力追求体育运动中的美感。电视屏幕上越来越多地出现了堪称艺术精品的体育画面，譬如体操运动员腾空的瞬间、足球运动员射门的刹那、摔跤运动员势均力敌的造型等。在这些场面中，电视体育节目向观众传达的，已经不仅仅是体育竞技的胜负，而是人类在体育运动中展现出来的美感。

### 四、历史源流

#### (一)发轫时期(1958—1979)

1958年6月19日，北京电视台转播了八一男女篮球队与北京男女篮球队的表演赛。这是中国最早的电视体育赛事转播，也标志着中国电视体育节目的诞生。

1958年，第一届全运会在北京举行，北京电视台在新闻节目中报道了开幕式及其他消息，还制作播出了有关运动会的电视新闻纪录片。

1958年，北京电视台开办了《体育爱好者》专栏，并从1960年开始固定为每周二、周五播出。

1961年4月4日至14日，第二十六届世界乒乓球锦标赛在北京举行。比赛在新落成的北京工人体育馆内的10个赛场同时进行，北京电视台实况转播了14场比赛，时间共约35小时，30多个国家和地区的200余名乒乓球选手出现在中国电视屏幕上。北京电视台还使用胶片共计19063米制作了46个短片，寄送给有电视节目交换关系的国家和地区，同时还向联邦德国、巴西、澳大利亚等国电视台出售，这是北京电

视台第一次向国外出售自己拍摄的电视新闻片，扩大了中国电视媒体的国际影响。随后，北京电视台对在北京举行的亚洲乒乓球友好邀请赛、全国五项球类运动会、第一届亚洲乒乓球锦标赛、第一届亚非乒乓球友好邀请赛等陆续进行了报道。

1967 年 1 月 6 日，北京电视台停播了包括体育节目在内的所有电视节目。1970 年 8 月，北京电视台转播了中朝乒乓球友谊比赛的实况，恢复了传统的体育比赛实况转播节目。

1971 年 11 月 3 日至 14 日，亚非乒乓球邀请赛在北京举行；1972 年 6 月 10 日，第一届亚洲乒乓球锦标赛在北京开幕；1973 年 8 月 25 日，更大规模的亚非拉乒乓球邀请赛又在北京举行。北京电视台对这几场比赛的开幕式、闭幕式、文艺晚会都进行了比较全面的报道。

1973 年 10 月，北京电视台与武汉电视台合作，第一次利用微波干线把全国乒乓球锦标赛的信号从武汉传到北京，然后向全国播出。

1975 年 9 月 12 日，中华人民共和国第三届运动会在北京开幕。北京电视台除每天播出全运会的专题报道外，还转播了开幕式、闭幕式、民族传统体育表演以及足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、手球、体操、艺术体操等 9 场比赛的实况。

1978 年 6 月 25 日、6 月 26 日、7 月 2 日，中央电视台通过国际通信卫星转播了在阿根廷举行的第十一届世界杯足球赛半决赛和决赛的 3 场实况。这是中国电视台第一次通过国际通信卫星转播国外赛事，也是中国电视观众首次看到高水平的国际足球比赛的实况转播。

1978 年 12 月，第八届亚洲运动会在泰国首都曼谷举行。运动会期间，中央电视台通过卫星转播了开幕式、闭幕式以及男篮和女排两场决赛的实况。此外，还陆续播出了中国体育记者拍摄的《亚运会前的曼谷》、《中国队参加比赛项目的片段》、《各国运动员联欢》等 11 条电视专题片。

1978 年，中央电视台恢复了专门的体育栏目《体育之窗》，随后又相继开办了《世界体育》、《体坛纵横》等栏目，栏目内容主要包括体育明星介绍、比赛精彩片断集锦等。中国各地方电视台开办体育栏目比中央电视台稍晚一些，其中较有影响的有广东电视台 1979 年创办的《体坛内外》、北京电视台 1981 年创办的《体坛巡礼》、四川电视台 1982 年创办的《体育集锦》、上海电视台 1983 年创办的《体育大看台》等。

1979 年 4 月 1 日，中央电视台在《体育爱好者》节目中播出了第十一届世界杯足球赛冠亚军决赛——阿根廷队对荷兰队的实况转播。

1979 年，中央电视台与首都其他三家新闻单位联合发起并举办了评选年度最佳

运动员的活动，评选活动一直延续至今。

(二)发展时期(1980—1994)

从20世纪80年代开始，中央电视台对国内外重大体育比赛的报道日益专业化和常规化，节目数量逐渐增大，质量稳步提升，时效性越来越强。

1980年4月26日，中央电视台租用印度洋卫星转播了在日本名古屋举行的日中羽毛球比赛的实况。

1980年5月2日，中央电视台播出了由上海电视台传送的1980年上海国际乒乓球邀请赛实况。此外，上海电视台早在1979年第二季度就先后转播了中美篮球友谊赛美国队对上海队的比赛实况、加拿大国家男女排球队访沪友谊比赛、法国女子手球队访沪比赛实况等多场国际友谊赛。

1981年10月18日，中央电视台通过卫星转播足球世界杯亚太区决赛中国国家足球队对科威特队的比赛实况，这场比赛中国队以3∶0战胜了1980年亚洲锦标赛的冠军。中央电视台又于同年11月12日转播了中国队对沙特阿拉伯队的比赛实况，中国队以4∶2取得胜利。亿万中国观众通过电视屏幕欣赏了这两场重大赛事，直观迅捷地见证了中国队赢得胜利的全过程。电视实况转播在第一时间、同一时刻积累着中国观众的期待心理，并比较充分地满足了中国观众的心理需求。

1981年11月8日，中国女子排球队战胜上届冠军东道主日本队，获得第三届世界女子排球赛冠军。中央电视台通过卫星转播了中日、中美、中古、中苏等多场比赛。当时国内电视机普及率不高，但是通过集体收看的形式，仍有亿万中国观众收看了各场比赛的转播。电视从各个角度直观而生动地反映中国女排在赛事过程中的卓越表现。中国女排最后拦网成功，夺得世界冠军的电视镜头更是把中国观众的爱国热情和民族自豪感推到了极点。

1981年的几次重大赛事转播，标志着中国电视传媒开始在体育赛事传播上发挥重要作用。电视声画结合的直观传播，使人们认识到电视传媒将成为体育这项极具动感和竞争的活动的主要传播渠道。

1984年，中央电视台第一次现场直播了洛杉矶奥运会比赛。全国各地电视台又新办了一批体育节目，譬如上海电视台的《赛场大观》、广东电视台的《体育世界》、山东电视台的《体育天地》、云南电视台的《体育系列专辑》等。

1986年，中央电视台体育赛事转播又达到了一个新水平，第十九届足球世界杯比赛的52场比赛全部在赛程当天播出，其中直播19场、录播9场、录像剪辑24场，使电

视机前的中国体育迷们几乎同步欣赏到了世界顶级足球赛事。

1989年元旦，中央电视台《体育新闻》栏目播出，每周播出6次，每次5分钟。

1991年5月，中央电视台将原来的《体育之窗》、《世界体育》、《体坛纵横》栏目取消，新设立了《赛场纵横》和《体育大世界》栏目。

(三)成熟时期(1995—)

随着1995年1月1日中央电视台体育频道经过一个月试播后正式播出，中国电视体育节目形态的发展进入了成熟时期。

中央电视台体育频道，是中国内地创办最早、规模最大、拥有世界众多顶级赛事国内独家报道权的专业体育频道，开设的主要栏目有《体育新闻》、《体育世界》、《足球之夜》等，节目形态包括国内外重大赛事的现场直播、体育热点问题追踪报道、全民健身及体育知识普及教育等，娱乐性日益凸显。

中国最具代表性的电视体育谈话节目《五环夜话》是中央电视台体育频道开播后首批与观众见面的栏目之一，时长55分钟。该栏目开播时名为《体育沙龙》，采用演播室直播的形式；1997年改为录播，并更名为《体育漫谈》；1998年1月更名为《五环夜话》；2003年3月25日停播。《五环夜话》是中央电视台体育频道长期以来唯一一档体育谈话节目，有较强的新闻性和思想性。作为国家级电视媒体中的体育节目，《五环夜话》具有开阔的国际视野。

1996年1月2日，中央电视台推出体育新闻栏目《世界体育报道》。

1997年1月，由北京电视台、上海电视台、广东电视台联合制作的体育新闻杂志栏目《中国体育报道》开播。该栏目时长50分钟，除在三地电视台播出外，还在全国近30家电视台播出。

1998年，中央电视台从法国引进室外竞技类电视游戏节目《城市之间》。该节目把竞争激烈的体育竞技比赛与趣味游戏、智力竞赛、人文历史介绍融为一体，让观众在对抗中得到娱乐，在娱乐中了解城市的文化历史。在节目内容设置方面，《城市之间》根据不同的地域特点设计了“勇攀高峰”、“激流勇进”、“漫游澳洲”、“摇摆足球”、“传递音符”、“飞机拉力赛”、“牵骆驼的人”、“划龙舟”、“娶新娘”等比赛项目。

2000年，中央电视台体育频道将《体育大世界》、《中国体育》等几档节目整合，创办了一档资讯与专题相结合的《体育世界》节目，在每晚黄金时间播出，使得体育频道的新闻节目在设置上更趋科学合理。中央电视台的体育节目大都采用现场直播的播出方式，体育新闻节目也逐步向大信息量、强时效性的立体报道和综合报道的方向发展。

2001年1月1日，中央电视台体育频道改版，将原来的34个栏目整合为17个栏目。

2002年4月1日，中央电视台体育频道在足球世界杯期间推出的一档谈话节目《三味聊斋》以其平民化和休闲化的风格受到了球迷的广泛好评。

2003年3月31日，以“让体育频道更好看”为目标，本着“赛事第一”的原则，中央电视台体育频道再次改版。此次改版着重改进了频道的外在形式、制作方法、节目编排，增设《轻松体育》、《巅峰时刻》、《全明星猜想》、《电子竞技世界》、《顶级赛事》、《直播周末》等6个栏目和板块，介绍前卫运动，浓缩最新、最高水平的国际赛事。其中，综合板块《直播周末》按照大型综合性运动会模式，对节目时段内的直播比赛、实况录像、专题节目、新闻节目进行整合，节目衔接自然、灵活、紧凑。同时采用演播室主持人随时播报最新消息的形式，增大节目的信息量，增强节目的时效性。

2003年4月1日，中央电视台体育频道推出一档体育竞猜游戏节目《全明星猜想》。该节目每期有3名选手，前半部分通过《认迹寻踪》、《跟踪追击》、《呼之欲出》等3个环节得到有关主人公的线索并层层推进，最终猜出节目的悬念主人公；后半部分由《嘉宾访谈》、《艺术表演》、《轻松对决》、《互动抽奖》等环节组成，一方面通过访谈了解嘉宾成长经历以拉近与观众的距离，另一方面在轻松有趣的“对决”和才艺表演中展示嘉宾赛场外的风采。另外，《全明星猜想》节目不仅能够保证常规节目的正常播出，还能够抓住一些特殊契机，使节目亮点不断。譬如在2003年女足世界杯期间推出的4期《玫瑰榜评选》，4期特别节目《有多少爱可以重来》、《浪漫四季》、《心和爱一起走》、《戏说2003体坛》，两期《体坛魅力之星评选》等，都取得了良好的收视效果。

2004年2月2日，北京电视台体育节目中心推出一档室内竞技游戏节目《各就各位》。该节目集合了体育明星、运动健将、专家教练、歌手、演员等社会知名人士与普通观众一起游戏。参加节目的观众是节目组从超市中选出的，只要答对问题，不仅可以免费得到其已经挑选好的商品，还可以到节目录制现场参加与体育明星的游戏。这些体育游戏都是十分通行而且简便易学的，如两人单足对抗的“斗鸡”游戏，通过缠于腰间的一根绳子让对方失去平衡的游戏等。

2005年9月5日，围绕“突出赛事、加强新闻、改进编排、提升份额”的目标，中央电视台体育频道实施改版，实现24小时播出，实行动态节目编排、赛事优先、新闻优先、直播优先。

2007年10月23日，国际奥委会正式授权中央电视台体育频道自2008年1月1日至9月30日以奥运频道命名，使用奥运五环标志。2008年1月1日零时起，中央

电视台体育频道更名为奥运频道，在中央电视台的台标上增加奥运五环标志，相继推出《奥运城市行》、《我的奥林匹克》、《奥运进行时》、《奥运经典》、《奥运岁月》等节目和栏目，形成电视奥运节目的集群效应。

如今，电视体育节目已经深入到人们的日常生活之中，在重大赛事直播期间，一些城市甚至会出现万人空巷的场景。电视体育节目还反过来推动了体育运动的发展，许多体育赛事通过拍卖电视转播权获得了充足的资金支持，并极大地促进了竞技体育运动的兴旺。有条件的地方电视台都已开办了专业体育频道或半专业体育频道，除提供大量的体育赛事电视转播节目外，还制作播出电视体育新闻节目、电视体育评论节目、电视体育健身节目等。但是由于制作力量、经济能力以及转播权限、采访权限等的制约，一些体育频道大量采用购买的节目或素材，自采自制的原创节目十分有限。不少地方电视台的体育节目归属于文体频道、体育休闲频道、生活娱乐频道、体育健康频道、体育旅游频道等。不仅这些半专业的体育频道大量播出非体育类节目，不少专业体育频道里也有比例不等的非体育类节目。

## 第五节　电视少儿节目

### 一、定义

电视少儿节目形态是以少年儿童为主要目标观众的社教类电视节目形态。

在国内外，关于少年儿童的年龄界定有不同的约定。1989 年联合国大会通过的《儿童权利公约》中将“儿童”界定为“19 岁以下的任何人”。医学界则以 0 至 14 岁的儿童为儿科的研究对象。中国的儿童组织少先队规定队员的年龄应在 14 岁以下。综合国内外的约定方法，本书将主要针对 18 岁以下观众的电视节目定义为电视少儿节目。

### 二、分类

按照不同的标准，电视少儿节目主要有两种分类方法：

一是按照体裁，可分为少儿电视文艺节目、少儿电视综艺节目、少儿电视游戏节目、少儿电视益智节目、少儿电视真人秀节目、少儿电视谈话节目、少儿电视剧、少儿电视电影、少儿电视动画片等。

二是按照题材，可分为现实题材电视少儿节目、教育题材电视少儿节目、童话题材

电视少儿节目、神话题材电视少儿节目、幻想题材电视少儿节目、科幻题材电视少儿节目等。

## 三、主要特征

### (一)选题的趣味性

在少年儿童与电视节目的关系中,少年儿童是主动的选择者,而非被动的选择者。少年儿童观众的电视节目需求分为三种,即认知需求、交往需求、娱乐需求。而这三种需求主要是通过寓教于乐的方式实现的。所以电视少儿节目的选题应当强调趣味性元素的开掘,即使是带有宣传教育功能的节目,也应当把意识形态和价值观念寓于充满趣味的故事和情节之中,以故事化、情节化的叙事方式,让少年儿童观众在轻松愉悦的氛围中接受节目内容,受到启发教育。

此外,电视少儿节目很少有激烈的冲突,即使出现了冲突,也应当以正义战胜邪恶而结束。

### (二)视角的贴近性

电视少儿节目是给少年儿童看的,而不是给成人看的。因此,电视少儿节目要取得较好的收视率和满意度,必须站在少年儿童的立场上来解读世界。譬如在许多优秀电视动画片中,少年儿童往往是更聪明的,而大人往往因为漫不经心而屡犯错误;在另外一些故事中,则是少年儿童英雄斗败了成年的坏人。站在少年儿童的立场上来讲故事,更容易唤起少年儿童的共鸣。

例如,在电视少儿节目《蓝猫淘气 3000 问》中,核心角色是一只深受少年儿童喜爱的蓝猫,制作者希望向少年儿童传播的知识,都通过蓝猫和其他卡通角色来表达,这样就契合了少年儿童的心理。

### (三)叙事的浅显性

电视少儿节目在叙事上追求浅显直白,以利于不同年龄段的少年儿童观赏。英国电视低幼节目《天线宝宝》就是一个典型例证。

《天线宝宝》诞生于 1996 年,由英国著名少儿节目制作商布偶猫公司与英国广播公司联合制作,共 260 集,每集 30 分钟。在《天线宝宝》中,4 个外星娃娃生活在一个梦幻的神奇科技岛上。天线宝宝园地充满了"惊奇",天线宝宝彼此相亲相爱,也都很

爱小朋友，并通过他们肚子上的电视屏幕与真实世界里的小朋友接触。在这里，大人永远只是配角。

《天线宝宝》的目标观众是0至5岁的低幼儿童，叙事节奏很慢，往往一个动作要重复若干次，其中的语言也是婴儿们的喃喃自语，这与低幼儿童的接受能力是十分吻合的。同时，该节目也没有明确设定的教育目标，它只是试图呈现低幼儿童在游戏中学习和成长的有趣经验。

与电视成人节目形态中追求艺术性和戏剧性等要求不同，电视少儿节目形态更追求情节的简单性、语言的通俗性、色彩的鲜明性。电视动画片之所以深受少年儿童的喜爱，就是因为其中的角色往往是高度脸谱化的，如用暖色调反映正面角色，用冷色调反映反面角色。这样少年儿童，特别是低幼儿童以自身的智力水平更能够看懂这样的节目。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958—1979)

1958年5月29日，北京电视台播出中国内地第一个电视少儿节目——木偶戏《两个笨狗熊》。

1958年9月，北京电视台正式设立《少年儿童节目》专栏。该专栏的方针、任务定位为“满足小朋友的愿望，给小朋友看适合小朋友的节目”，“帮助学校、少先队组织和家长们，教育少年儿童成为共产主义事业的接班人”。该专栏先后开辟针对学龄前儿童的《小小俱乐部》和针对少年的《少先队号角》两个小栏目。其中《小小俱乐部》播出的节目有儿童歌舞、诗朗诵、木偶剧等。《小小俱乐部》采用一个名叫“王小毛”的木偶作为固定的栏目主持人，这种形式比较符合学龄前儿童观众的心理特点，因而受到欢迎。1959年11月1日开播的《少先队号角》主要反映首都少年先锋队的各种活动，每次播出10分钟，全部内容由少儿组的记者采制。

1959年8月，北京电视台根据不同年龄段少年儿童的认识、理解需求的不同特点，将学龄前儿童电视节目从少年儿童电视节目中分离出来，针对3至6岁的小观众专门设立了《小朋友》栏目，每周三晚上播出。内容设有演员讲故事、教唱歌，教师教授小知识、做手工，小朋友自己演出的文艺节目和电视剧等。1960年，北京电视台推出向小观众推荐新书和好书的《好朋友——书》栏目。为了加深小观众对书的理解，该栏目专门请演员演绎书中的《雪花飘飘》、《小马倌与大皮靴叔叔》等片断。这种情景化的

故事讲述方式，不仅符合电视少儿节目主持人角色化的需求，而且能在潜移默化中将信息传递给少年儿童观众，从而收到了良好的传受互动效果。

1960年，北京电视台又推出以科普为内容的《聪明的机器人》栏目。栏目采用胳膊、腿都能动，说话时两只眼睛还能闪亮的特制木偶来吸引儿童的注意，向他们传授科技知识、解答生活中常见的问题。此后，北京电视台不断推出新节目，以丰富孩子们的生活，如大型综艺竞猜节目《新年猜谜会》和电视艺术片《红小兵音乐舞蹈》等。

“文化大革命”开始后，电视少儿节目受到冲击。随后的电视少儿节目完全随着政治运动的风向转，既不讲少年儿童特点，也不论收视效果，播出了一大批内容和形式单调的节目。

“文化大革命”结束后，中央电视台于1976年重新组建少儿组，电视少儿节目开始恢复。“文化大革命”期间的《红小兵》专栏改为《少年儿童节目》专栏，节目品种开始增加，内容不断得到扩展，形式也日趋多样化，在科技知识、文艺戏剧、革命传统和少儿生活等方面都出现了许多受少年儿童观众欢迎的节目。

同时，这一时期成人扶植下的少儿自办电视节目开始出现。1979年，北京史家胡同小学红领巾电视台在全国率先开播。该台设一名指导教师，台长、副台长、编辑、记者、栏目负责人、演播员、导演、摄像师全部由学生担任。该台设有《露一手》、《校内新闻》、《电视台请来的客人》、《笑一笑》、《面面观》等10个栏目，每周播出2至3次，每次15分钟。

在多样化探索阶段，电视少儿节目的主要创作基地是北京电视台，地方电视台很少参与进来，因此，电视少儿节目在数量上远远不能满足广大少年儿童观众的需要。同时，这一时期对电视少儿节目属性的认识还不够，观众定位意识模糊，很多节目面向所有的少年儿童，目标观众流于宽泛。此外，节目宗旨过分强调教化功能，往往简单地把电视当成教育少年儿童的工具。还有，这一时期虽然电视少儿节目内容涉及了娱乐、信息、知识等领域，节目形态也呈多样化的发展趋势，但节目整体感不强，主旨不突出。

### (二)发展时期(1980—1999)

这一时期中央电视台和大多数省级电视台有了少儿部或少儿组，有了固定的栏目，“结束了我国少儿电视二十多年来时有时无、零星播放、徘徊不前的局面”[1]。电视少儿节目创作不仅数量上增加，而且质量上也有较大提升。1981年春，中央电视台专

---

① 余培侠:《我国少儿电视发展现状与趋势》，载《电视研究》2005年第2期。

为 3 至 6 岁的儿童设立了《春芽》栏目。1981 年 10 月 20 日至 26 日，全国第一次电视少儿节目座谈会在杭州举行。1985 年 6 月 1 日，与中国内地 1984 年开始的电视节目栏目化发展趋势相适应，中央电视台在《春芽》栏目的基础上，推出面向学龄前儿童的《七巧板》栏目。

《七巧板》栏目强调寓教于乐，注意从儿童的视角向儿童传授知识和技能，着重培养他们对生活的热爱和勇敢善良的品质。该栏目采用杂志型编排方式，内容设置比较合理，富有儿童情趣，包括以动脑动手为主的《学学做做》、启发孩子创造性思维的《幻想国》、介绍日常生活和科普知识的《东西是怎么来的》以及教儿童唱歌的《哆来咪》等。《七巧板》栏目还设立了专职主持人——“鞠萍姐姐”。主持人身份定位准确，适合当时儿童观众的心理接受能力。该栏目播出时间为每周四的 18∶25，节目时长 25 分钟。可以说，此时的《七巧板》已初步具备了栏目雏形。

1984 年 5 月 1 日，中央电视台推出《天地之间》，对象是小学生。该栏目着重向孩子介绍科学技术知识，告诉孩子们天地之间的奥秘，满足他们求知的好奇心，培养其动手动脑的能力。

此外，这一时期地方电视台的电视少儿节目也相继发展起来。1982 年 5 月，延边电视台创办了用朝鲜族语言播出的电视少儿栏目《蓓蕾》。该栏目由一名编辑不定期制作，每次播出 15 分钟。这是中国内地第一个用少数民族语言播出的电视少儿节目。1987 年，延边电视台成立少儿部，为《蓓蕾》配备 3 名编辑，每周制作播出 20 分钟。1992 年，延边电视台少儿部改为青少年部，除继续办少儿栏目《蓓蕾》外，还不定期开办中学生栏目《中学生时代》和综艺栏目《少儿艺术舞台》，用朝鲜语播出。1996 年 3 月，延边电视台青少年节目全面改版，少儿栏目《蓓蕾》改为每期 30 分钟的杂志型栏目《我们的花园》，每周六 18∶00 播出。1998 年 4 月，《我们的花园》栏目设立了专职主持人金春姬，继续用朝鲜语播出。

在这一阶段中，中央电视台少儿节目栏目化进程迅速展开。1991 年，中央电视台青少部对栏目进行调整，除保留原有的《七巧板》和《天地之间》外，新开设了《同一片蓝天》、《蒲公英剧场》、《和爸爸妈妈一起看》、《十二演播室》等 4 个栏目。

《同一片蓝天》是中央电视台为全国各地方电视台少儿节目服务的一个栏目，也是展示全国各地方电视台少儿节目的一个窗口，于 1992 年 6 月 1 日推出，每周播出一次，每次 25 分钟。1995 年，《同一片蓝天》改为《大风车 · 地方版》，每周六9∶00播出，每次 50 分钟。1999 年，经过改版，《大风车》又更名为《同一片蓝天》。该栏目内容和形式丰富多样，既有专题、综艺、游戏，又有优秀栏目展播、知识竞赛和少儿音乐电视，

洋溢着浓郁的民族风情和地方特色，一度有100余家电视台参与联合制作节目。

1994年4月9日，中央电视台推出中学生栏目《第二起跑线》。该栏目以13至17岁的中学生为主要对象，以面向新世纪、培养“四有”人才为宗旨，将知识性、趣味性、教育性融为一体，力求贴近中学生、引导中学生、塑造中学生。栏目每周一期，每期50分钟。栏目分为《花季采风》、《奇思妙想》、《开心游戏》、《知心畅言》等4个板块：《花季采风》主要展示各学校的特色、中学生的特长和课余生活；《奇思妙想》表现中学生的发明创造，启发他们的创造性思维；《开心游戏》的游戏有特色、有品位；《知心畅言》反映中学生所关心的热门话题。栏目每年都对4个板块进行一定程度的改进充实，常办常新。

1995年六一儿童节，中央电视台推出焕然一新的儿童栏目《大风车》，每天播出40分钟。《大风车》栏目主要针对12岁以下的儿童，是在原有栏目《七巧板》、《天地之间》、《蒲公英剧场》、《同一片蓝天》、《聪明屋》、《和爸爸妈妈一起看》等基础上构建起来的。栏目整体性突出，信息量大，时效性强，改善了此前分散、不易收视的状况，以崭新、鲜明、统一的整体形象出现在全国儿童观众面前。《大风车》栏目是在新的视点上，把儿童作为祖国的未来、新世纪的主人和当代社会生活的重要参与者来设计的。其宗旨是“面向世界，面向未来，用全新观念，开拓崭新的儿童天地；用超前意识，预测未来社会的发展需求；用多种手法，塑造孩子的未来形象”。《大风车》借鉴境外电视少儿节目的创作经验，采用了杂志型的编排手法，融知识性、教育性、娱乐性为一体，将内容分为动画片、系列剧、学前节目、儿童游戏、专题节目等5个板块。《风车剧场》板块每天播出系列剧，每集10分钟。《太阳人》板块是以3至6岁儿童为主要对象的栏目，内容有《东西是怎么来的》、《我的故事》、《儿童生活》、《自然与动物》等4类，给儿童展示了一个趣味浓厚的世界。游戏和专题节目以7至12岁儿童为主要对象，如《鲤鱼跳龙门》设计了各种各样新奇的游戏节目，既锻炼了孩子们的意志品质和动手动脑能力，也让孩子们在玩中长智，乐中受益。专题节目《小记者》采用“儿童写儿童，儿童拍儿童”的理念，真正让儿童参与到节目中来。《大风车》栏目融动画、短剧、游戏、专题、儿歌等各种艺术形式于一体，根据儿童好动、好奇以及注意力不易集中等心理特点，将节目编排得短、精、快。同时，栏目融真人、卡通人、小动物等各种角色形象于一体，采用多角色串联。2001年，新版《大风车》以崭新的面貌出现在儿童观众面前。栏目明确提出了自己的创作理念，即以儿童为主体，尊重儿童，反映儿童。在栏目设置中，“儿童本体”理念得到了贯彻。《风车工作室》让儿童参与到节目中来，体现了“儿童写儿童，儿童拍儿童，儿童评儿童”的创作原则。同时，新版《大风车》还将学龄前儿童节目与学龄

儿童节目分离开来，周一、周二的游戏认知节目《玩偶一牵一》、动物认知节目《顽皮家族》、常识认知节目《快乐宝贝》给3至6岁的幼儿提供一个五彩缤纷的世界。儿童新闻节目《新闻袋袋裤》、儿童谈话节目《小鬼说大话》、儿童访谈节目《童年》、儿童自拍DV节目《我看见》，以及《挑战800》和《4+4》等，共同保证了《大风车》栏目的整体性、对象性、时效性。

1995年10月30日，中央电视台第七套卫星节目的电视少儿节目试播，随后于1996年元旦正式播出。节目每天播出4小时30分钟，分为3个时段。第一时段在8：30至10：00，第二时段在15：00至17：00，第三时段在20：00至21：00。卫视少儿节目的收视对象，以0至14岁的少年儿童为主。卫视频道特别创办了0至3岁的婴幼儿节目，包括胎教和幼教节目。节目从未来社会的需要与当今少年儿童的需求出发来规划少年儿童电视的对象、题材和形式，使不同年龄段的少年儿童对节目有更多的选择，满足了少年儿童的不同兴趣、爱好和需求。

1996年6月1日起，卫视少儿节目以新的面目与广大少年儿童见面。在内容上，更突出爱国主义教育，加强品德教育、素质培养，增加了少年儿童科普、体育、文学艺术、优生优育、智力游戏等知识性节目和动画片、短剧、小品、影视剧等娱乐性节目。在编排上，将每天3个播出时段进行科学规划，推出了9个新栏目：上午时段首播幼儿版节目，包括《七巧板》、《蒲公英》等3个栏目；下午时段为综合版，包括重播《大风车》、《第二起跑线》等栏目；晚上时段首播少儿版节目，包括《芝麻开门》、《天天动画》、《传感风铃》、《每周一歌》等栏目。

1998年6月1日，中央电视台青少节目中心成立。开办少儿频道，被列为该中心10年发展规划的首要目标。

1999年6月1日，卫视少儿节目再次改版，推出大型教育性杂志栏目《东方儿童》。该栏目突出素质教育主题，充满童真童趣。编排上采用国际流行的人偶童话剧角色串联方式，设有小飞龙、巴巴、晶晶、大蜗牛等4个既有现实影子又有想象色彩的角色。节目内容同样根据儿童的年龄特点来设置。

这一时期，全国各地方电视台的少儿节目也蓬勃发展。据统计，1994年全国播出少儿节目的电视台有200余家，约占全国无线电视台总数776座的26.1%。中央电视台及各省市级电视台基本上做到每天18：00左右和节假日有少儿节目播出。1994年全国各省市级电视台共有固定的少儿栏目78个，占电视台总数324座的24%。由于一些台有两个以上的少儿栏目，所以实际上有少儿栏目的电视台不足24%。在省市级电视台中，上海电视台的《开心娃娃》、广东电视台的《金色年华》、天津电视台的

《五彩贝》、北京电视台的《七色光》、黑龙江电视台的《小天鹅》、哈尔滨电视台的《丑小鸭》等是创办较早、在地方上影响较大的少儿栏目。1991年至1995年,全国新创办的电视少儿栏目有28个。这些栏目起点较高,一推出就有较大影响,如天津电视台的《月亮船》、山东电视台的《剪子·包袱·锤》、湖北电视台的《风华正茂》、广州电视台的《未来号》等。

(三)成熟时期(2000—)

这一时期的重要标志之一是电视少儿节目由栏目化的发展阶段进入了频道化的发展阶段,陆续出现了一批专为少年儿童设计和开设的少儿频道。

在电视专业化发展的大趋势中,2001年7月1日,原广东有线电视台与经济电视台进行重组,成立了一个全新的广东省级电视台——南方电视台。2002年,南方电视台开播以少年儿童为主要收视群体的专业频道——少儿频道。该频道以"建少年儿童健康成长的乐园、做少年儿童认识世界的窗口"为创办宗旨,设有名人访谈类栏目《那时候》、儿童新闻类栏目《南方小记者》、家庭互动类栏目《岭南开心果》、故事讲述类栏目《故事大王》等。

2003年12月28日,中央电视台少儿频道开播。频道的指导思想为"引领成长,塑造未来";核心理念为"尊重、支持、引导、快乐",即尊重少年儿童权益,支持少年儿童发掘自身潜能,引导少年儿童健康成长,让每个孩子都有最佳的人生开端,都有欢乐无限的生活空间;总体基调为"健康、有趣、益智、教育";其战略目标为"以先进的理念、全新的形象、国际化的标准,创办成居于国内一流、世界前列的少儿频道"。

中央电视台少儿频道每天从6:00开始播出,24:00结束,总时长18小时。每天首播时间为6小时8分钟。节目内容分为教育、游戏、科普、综艺、动画片、儿童剧等六大类。节目的观众定位准确,不同年龄段有不同节目,譬如0至6岁的学龄前节目、6至12岁的小学生节目、12至18岁的中学生节目和家教节目等。该频道总共设有26个栏目,其中6岁以下的学龄前栏目有《七巧板》、《周末七巧板》和《智慧树》等,6至12岁的小学生栏目有《大风车》、《东方儿童》、《芝麻开门》等,12至18岁的中学生栏目有《第二起跑线》、《三星智力快车》、《快乐体验》、《神奇之窗》等。家教栏目设有《公德行动》、《成长在线》、《动感特区》等,儿童剧栏目设有《儿童剧场》、《童心回放》等。此外,该频道的节目编排比较科学。首先,按收视群细分出早间、上午、午间、下午、傍晚、黄金、晚间7个播出时段,并实行分众播出:上下午时段以学龄前儿童节目为主;早间、午间、傍晚、黄金时段以小学生和中学生节目为主;晚间时段以家教节目为主。其次,频道

编排分为日常版和周末版：日常版以动画片和少儿剧的整点播出为横向编排，按7个时段收视群体纵向编排，形成一定的收视规律；周末版加强互动性、服务性、娱乐性，增加首播量。再次，该频道实行寒暑假特别编排，给孩子们创造一个真正的崭新的少儿世界。

2008年6月1日，中央电视台少儿频道改版。改版的目标是"三提升"，即提升绿色收视率、提升品牌竞争力、提升社会影响力。改版的思路是"去三化"，即去成人化、去碎片化、去新闻化，多创作具有"重复性消费"的精品节目。改版的理念是"三贴近"，即贴近儿童生活、贴近儿童情趣、贴近儿童市场。改版后，频道栏目总数由原来的27个减至17个。改版措施包括：《七巧板》、《音乐快递》等改为周播栏目，《动画乐翻天》、《动漫世界》等日播栏目延长播出时间；加强节目编排的针对性，凸显整点播出卡通化、黄金时段品牌化、周播栏目活动化的特点；围绕创建优秀节目精品库，努力打造周末节目，精心打造《异想天开》、《动感特区》、《英雄出少年》等周播栏目，并推出季播节目《快乐大巴》。

2004年2月26日，中共中央、国务院在《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》(中发[2004]8号)中要求："中央电视台要进一步办好少儿频道，各地要切实抓好中央电视台少儿频道的落地、覆盖工作。省(区、市)和副省级城市电视台要创造条件逐步开设少儿频道。"

2004年3月31日，国家广电总局发出《关于开办少儿频道的通知》，要求"各级广播电视部门要从国家命运、民族未来的高度认识开设少儿频道的重大战略意义，按照实践'三个代表'重要思想，贯彻'三贴近'原则的要求，狠抓落实，精心组织好少儿频道筹备工作"。

此后，全国各地又先后开播了32家少儿频道，其中包括2004年6月1日开播的天津电视台少儿频道、2004年7月18日开播的上海东方电视台少儿频道、2004年10月1日开播的江苏电视台少儿频道、2004年10月25日开播的杭州电视台少儿频道、2005年1月8日开播的广州电视台少儿频道、2005年6月1日开播的福建省广播影视集团少儿频道等。这些少儿频道大都各具特色。譬如，福建省广播影视集团少儿频道在开播之初，就把频道命名为"棒棒TV"(BONBON TV)。这个个性化名称不但为中国内地少儿电视节目注入了新鲜元素，而且与中国台湾地区少儿电视品牌节目"幼幼TV"(YOYO TV)隔海辉映，相得益彰。而"棒棒TV"的"棒棒"二字发声响亮，意象丰富，既朗朗上口，又极富孩童情趣。以此为基础，该频道提出了"棒棒TV我最棒"的口号，通过感情诉求，将频道富含赞赏、自信的理念传递给观众，很快得到了小朋友们的认同，培养了归属感。

## 第六节　电视服务节目

### 一、定义

电视服务节目是以实用性内容为主，直接为观众日常生活、学习、工作服务的社教类电视节目形态。

电视服务节目自诞生之日起，就注定拥有服务功能，当人们打开电视机的同时，电视就已经开始为人们提供观赏服务了，所以，从广义上讲，所有的电视节目都具有服务功能。

本书所阐述的电视服务节目，是“通过传播信息、解答问题和反映群众呼声、帮助观众解决日常生活、工作和学习中的各种实际问题，为社会提供直接、具体的服务。节目注重使用价值，力求满足现实生活中的各种服务需求。”[①]显然，这个定义是狭义的，它限定了电视服务节目的内涵，电视服务节目一定是与人们生活有某种直接关系，满足人们日常生活需求的那一类电视节目。

依据上述定义，新闻类电视节目形态、文娱类电视节目形态等就自然而然地被排除在“服务”之外了，尽管它们都无一例外地提供新闻信息、文化娱乐等多方面的服务，但是它们与人们的日常生活没有某种直接关系。

### 二、分类

电视服务节目的分类方法主要有以下四种：

按照收视对象，可分为一般性服务节目和对象性服务节目；

按照服务功能，可分为传播信息类服务节目、释疑解惑类服务节目、生活指导类服务节目、提供帮助类服务节目等；

按照节目体裁，可分为消息类服务节目、专题类服务节目、谈话类服务节目等；

按照节目内容，可分为电视气象节目、电视美食节目、电视美容节目、电视服饰节目、电视家居节目、电视房产节目、电视汽车节目、电视旅游节目、电视教育节目、电视职场节目、电视医保节目、电视购物节目等。

---

① 韩青、郑蔚：《电视服务节目新论》，中国广播电视出版社 2005 年版，第 1 页。

## 三、主要特征

### （一）内容的实用性

从某种意义上说，观众的需要就是电视节目存在的理由。关注百姓生活，服务大众是电视服务节目的内核，这种服务理念一定要以实用为基础，绝不能空谈。无论是行医问药的健康类节目，还是出行参考的旅游节目，一定要以指导观众为目的，具有可操作性，能够落到实处。由于生活的琐碎繁杂，“实用”的触角也应该延伸至方方面面，大到人生的前途命运，如求学就业节目，小到柴米油盐的家居节目。可以说，这里的实用性是具体的，是实实在在的。这种实用性正是电视服务节目区别于文娱类电视节目形态和新闻类电视节目形态的本质属性。文娱类电视节目形态是通过热闹搞笑的场景满足人们放松心情和消遣娱乐的需求，新闻类电视节目形态是通过传播新近发生的事实来满足人们了解世界的需求，而电视服务节目则是通过提供实用有效的信息来满足人们生活中的实际需求。正是由于电视服务节目这种很强的实用性，有学者认为电视服务节目与其他电视节目形态的区别在于前者是为人们的物质生活服务并产生直接影响，而后者是为人们的精神生活服务并产生间接影响。本书认为，这种看法并不全面，举个简单的例子，有关心理健康的电视节目，给人以莫大的心理关怀并切实解决人们的心理问题，难道不是电视服务节目吗？用物质和精神来区别电视服务节目与其他电视节目形态显然是不合适的。

实用性应该成为贯穿节目始终的一种意识、一种精神，每一个电视服务节目都要通过其内容体现出为观众服务的精神。中央电视台经济频道的《为您服务》、《生活》、《天天饮食》等栏目都是比较有代表性的电视服务节目，它们从实际出发，为观众提供着直接而具体的服务。

需要指出的是，电视服务节目一方面积极倡导科学、先进的生活理念和健康、向上的生活方式，另一方面也在密切监督着生活的实在环境，对影响生活质量的行为进行曝光。譬如中央电视台从1991年起，每年在国际消费者权益日推出“3.15”专题晚会，每年都设定不同的主题，2005年的主题是“关爱互助、共筑和谐”，将目光集中在生活困难的消费群体上，比如农民、老人、孩子、残障人士等。“3.15”晚会通过实实在在的案例，评出“3.15贡献奖”、“3.15黑白榜”，从而行使了电视新闻的舆论监督职能，为广大人民群众的生活提供了体贴入微的服务。

另外一个为生活质量预警的电视节目是中央电视台新闻频道的《每周质量报告》。

该节目由中央电视台、国家工商管理总局、国家质检总局、国家食品药品监督管理总局、国家中医药管理局、中国消费者协会共同主办，是国务院有关部门通过中央电视台对社会公布产品质量、市场行为调查结果的重要渠道。节目宣传语为“共同打造有质量的生活”，通过对质量问题的深度报道来对人们的生存质量、生活质量、服务质量、消费环境质量、经营环境质量等方面给予关注，凸显大质量观，净化消费环境，提高生活质量。

（二）理念的人文性

电视服务节目理念的人文性应该是与生俱来的，这是由电视服务节目的特殊定位所决定的。电视服务节目理念的人文性应该渗透到每一个节目元素，也就是说，电视服务节目不仅仅是一类电视节目，更是为百姓提供服务的一种方式。如何利用这种方式，更好地为观众服务才是电视服务节目首要的任务。

只有真心实意地为观众服务，才能让观众产生一种心理贴近感，这并不是一个和蔼可亲的主持人和一个温馨的演播室就能实现的。人们常说“心服口服”，要做到“心服”，真正让观众从心里认可应该是电视服务节目的最高境界。从节目内容到节目形式，从节目的每一个细节到整体布局，都应该无一例外地渗透着服务意识。在电视服务节目中，人们可以看到大量为观众着想的一些设计，比如为提高节目的参与性，一些栏目组开通热线电话，进行答疑，鼓励观众提供线索，或为人们解决问题提供可行的办法。这些都是人文性理念的最好体现。现在许多节目都具有不同程度的贴近性，这里之所以强调心理贴近，而没有简单地提出“贴近”二字，是因为电视服务节目与观众之间要有一定的默契，观众仅仅是喜欢看并不意味着它就是一个好节目，而应该让观众打心眼里热爱这个节目，经常从节目中有所收获，这样才算得上真正意义上的电视服务节目。

大千世界和人类社会的纷繁复杂，决定了人们生活的琐碎与烦乱，电视服务节目就要从那些看似鸡毛蒜皮的小事中寻找可以发挥的闪光点，现在的电视服务节目为观众提供的服务越来越趋向于“小题大做”。其实，这种“小题大做”正是种人文性的表现。群众利益无小事，只要是对观众有所帮助，再小的事也值得在电视节目中表现。给予观众最无微不至的关怀正是电视服务节目的立足之本。中央电视台经济频道《为您服务》中的《生活智多星》小板块，就为广大电视观众提供了一个互动的生活平台。在这个板块里，节目的制作人员广泛收集生活中的各种小窍门，为人们解决生活中的小难题。《生活智多星》倡导大家互相帮助，结果有很多观众给节目组来信、来电，介绍

自己生活中的小窍门，而观众在生活中遇到什么困难，也可能通过各种方式告诉节目组，《为您服务》会积极帮助观众寻求解决之道。2004年9月8日的《生活智多星》就向观众介绍了一种操作十分简便的制作布艺镜框的方法，同时告诉观众怎样在短时间内制止打嗝。这两个生活小窍门看似不起眼，但给观众带来了实实在在的帮助。节目的落点不怕小，只要是真正想观众所想，帮观众所需，就一定能受到观众的喜爱。

#### (三)传播的地域性

中国地域广大，从南到北，由东到西，各地的经济状况各不相同，人们的生活习惯也千差万别。电视服务节目传播的地域性是由这种差异决定的。这就要求电视服务节目的内容要针对不同地域的特点做足文章。

对于国家级电视台的服务节目来说，节目内容应有一定的普适性。譬如，以全国观众作为受众目标的中央电视台的《生活》栏目定位于宏观的生产指导与宏观的消费市场透视；但总体来看，具体、实用、富有地域性元素的电视服务节目应该是电视服务节目的主流。电视服务节目的实用性不能仅从节目本身来判断，更应该从服务对象这个角度来考虑，做到有的放矢。尽管各省级电视台都已上星，从形式上看不存在地域受众的问题，但是，不能否认的是各省级电视节目的目标受众仍然主要限于本省。从操作的层面看，由于电视服务节目的服务特性，面向本省观众服务才最具有竞争力；出于制作人员对本省人民生活习惯与习俗的了解，制作出本省观众喜欢的电视服务节目会相对容易。

### 四、历史源流

#### (一)发轫时期(1960—1978)

电视服务节目的发轫以北京电视台1960年起陆续开办的知识性、教育性栏目《集邮爱好者》、《摄影爱好者》、《生活知识》、《医学顾问》等为标志。这个时期还没有完整意义上的电视服务节目形态，只能视为在社教类电视节目形态中有一批具有生活服务性质的节目形态，即节目内容是为广大群众生活服务的，但传播形式上却是不折不扣的教育灌输式，从创作意识上来说也是教育人，而不是服务人。

#### (二)发展时期(1979—1995)

发展时期以中央电视台1979年8月12日开播的《为您服务》栏目为标志。最初，

这个栏目主要以介绍节目、回答观众问题为主,每周播出一次,时长约为15分钟。1981年调整栏目,归入专题部《科技与卫生》组。1982年8月筹建《为您服务》节目组,1983年元旦重新与观众见面。改版后的《为您服务》栏目每周播出一次,时长为20分钟。

《为您服务》开始设立固定主持人。沈力成为中国内地第一个因栏目而知名的主持人,她集采编播为一身,主持风格大方、亲切、稳重。该栏目以"想观众之的想,急观众之所急,为观众排忧解难"为宗旨,无论是从节目内容选择和节目主持风格上,还是从节目的场景设计和配乐中,甚至片头"为您服务"4个动漫小人你来我往的帮扶形象,都能折射出制作团队力图营造出一种"家"的亲切感的努力。也正是由于这种亲民的价值取向,该栏目在改版后的5个月里就收到了来自全国各地的13000多封观众来信,足见其影响力的巨大。

1980年7月7日,中央电视台第一套节目综合频道首次在《新闻联播》中播送中央气象台发布的天气预报,包括全国范围内的一般天气和重要天气。一般天气是指降水、大风、气温等,预报时效为24小时;重要天气指台风、暴雨、寒潮等,预报时效为24至48小时。1983年3月10日,中央电视台开始播出29个省会、自治区首府、直辖市和香港、台北的天气预报。1986年7月1日,《新闻联播》又增加了预报海洋水文方面的内容。1984年以后,各个地方电视台也纷纷开办了天气预报节目。

1981年,中央电视台创办了《生活之友》栏目。开办之初,该栏目不定期播出,内容以介绍各种地方菜的烹调方法为主。1982年以后,陆续播出了《家庭种花》、《童装的改制和修补》、《怎样调试彩色电视机》等节目。1983年以后,该栏目开始固定播出,选取观众感兴趣的问题做成节目,为观众提供了生活上的指导。

1981年,广西电视台开办了《健康顾问》栏目,节目主要立足于宣传科普知识,帮助观众养成良好的卫生习惯,防病治病,不断提高健康水平。

1985年,北京电视台开办了《健康百话》栏目,以"提高全国健康水平"为宗旨,向观众普及防病治病、妇幼保健、优生优育、中老年保健等方面的科学知识。

1987年6月,上海电视台第二套节目推出《小菜场》,每晚20:00左右开始,播出5分钟左右。该栏目以指导消费和方便生活为宗旨,设置了《厨房心得》、《营养菜谱》、《美食采风》等板块,主要内容包括家庭烹调技巧、副食品保管和挑选以及海外饮食新潮等。此外,该栏目还每天播报上海菜场、集市的当日10种主要副食品价格,每月定期做蔬菜、水产、果品及南北市场的供应态势分析和预测。

1988年7月4日,山西电视台开始播出《电视桥》栏目。该栏目设置了《广角镜》、《晚间快语》、《社会透视》、《电视征婚》等多个板块,其中最引人注目的是《电视征婚》板

块。《电视征婚》的节目形式非常简单，征婚者在直播室中，由主持人简单介绍征婚者的基本情况，并提出一些引导性的问题，征婚者在回答问题的过程中进一步介绍自己的情况，并说明对应征者的要求。节目播出后在观众中引起了热烈反响。《电视桥》也是中国内地第一个电视征婚节目。

由于设备简陋，这一时期的电视服务节目大多在一个相对封闭狭小的演播室进行，而播出的画面品质也较为粗糙。这就要求整个节目的进程在很大程度上需要依靠主持人自己的语言技巧来主导。大体而言，起步探索时期的电视服务节目呈现出题材内容单一、播出比重偏小等特点。

(三)成熟时期(1996—)

随着1996年7月1日中央电视台《生活》栏目的开播，中国电视服务节目形态进入成熟时期。

《生活》栏目是消费时代的产物，也是消费潮流的推波助澜者，它试图告诉观众什么是时尚，什么是身边的科学，应该如何配置所拥有的资源，又该如何走出生活的误区。实用至上是《生活》的节目内容定位。收看《生活》，观众会有一种很强烈的开卷有益之感。

《生活》栏目引发了地方电视台纷起仿效，全国涌现出一批各具特色的电视服务节目，如中央电视台的《前沿》、《道德观察》、《公益行动》、《夕阳红》、《半边天》、《家庭》、《生活567》、《危机大营救》和《每周质量报告》，北京电视台的《精品生活》、《每日精奇》、《生活面对面》和《生活帮助热线》，天津电视台的《生活多棱镜》，东方卫视的《摩登时代》，重庆电视台的《生活麻辣烫》，河北电视台的《时尚先锋》，河南电视台的《时尚》，山东电视台的《新生活》，江苏电视台的《距离时尚》，浙江电视台的《生活新主张》和《时尚100%》，湖南电视台的《国际时尚前沿》，广东电视台的《时尚放送》，新疆电视台的《百姓话题》，四川电视台的《生活家园》等。

在全国所有上星频道中，每个频道都有至少一档电视服务节目。由此可见，电视服务节目已无所不在，并实现了最大范围的频道渗透。在一些频道中，电视服务节目占有重要地位，甚至决定着频道的定位和风格。其中有代表性的生活服务频道主要有中央电视台经济频道、江苏广播电视总台靓妆频道、上海电视台生活时尚频道、北京电视台生活频道、湖南电视台时尚频道、海南旅游卫视等。

电视服务节目由于服务对象十分明确，内容具有较强的实用性，因此很适合在收费频道中播出。此外，由于生活常识的时效性要求较弱，例如一些烹饪知识在任何时

期都是有用的，因此电视服务节目很适合于采用点播方式。随着数字电视和互动电视的发展，电视服务节目呈现出如下四种发展趋势：

一是细分化。电视服务节目在近年来的新发展主要是强调了对市场的细分。由于各电视制作机构和电视台都推出了大量的电视服务节目，观众往往会陷入无法选择的困境。于是，各级电视台针对这种情况，将频道和节目进行细分，专门服务于某一年龄层或者某一特质的观众。如广西卫视的《百姓专利》和旅游卫视的《宠物乐透透》、《渔乐圈》。以广西卫视《百姓专利》为例，2000年创办的该节目是全国各级电视台中第一家以宣传专利为主要内容的电视栏目，由国家知识产权局办公室、广西知识产权局、广西电视台合办。该栏目固定每周播出一期，节目以“包装新科技、启发创造力”为宗旨，关注知识产权，受到全国各地专利权人、发明爱好者、投资人、知识产权界、科技界人士的认可。栏目2002年4月还与中央电视台共同制作《百姓专利》十大专利人物颁奖晚会特别节目。

二是品牌化。电视服务节目比较容易形成忠实的观众群体，许多制作机构和电视台因此而不断强化品牌特征，对忠实观众进行维护。一些电视台除了节目的播出之外，还通过开设专门的网站和建立会员制等方式来联络观众，甚至直接为观众提供各种生活服务。

三是时尚化。出于对收视率的考虑，电视服务节目在节目包装和内容设计等方面都会向时尚化方向发展，这是出于对主流人群审美追求的需要。2004年7月开始，浙江卫视《时尚100％》栏目进行了改版。改版后以“享受生活，引领时尚”为目标，其中，《名人宝典》板块展示时尚名人的理财手段和消费观念；《尚方宝剑》板块通过对时尚小店的选址环境、店内的布置和摆设、招徕顾客的手段和形式等方面进行体验，对本期小店的各个环节进行评级并综合打分。2005年，在新版中央电视台经济频道中，原来《前沿》栏目的周日版《文化消费前沿》被置换成为一档新研发的紧跟时尚的装修类生活服务节目。东方卫视的《摩登时代》则宣扬时尚精神，引导像明星一样的时尚生活，栏目宣称：“时尚的生活态度，才是真正的时尚精髓所在！”

四是娱乐化。电视服务节目的娱乐化主要体现为两个层面：一个是整个节目的娱乐化；另一个是节目部分板块的娱乐化。前者如中央电视台在春节期间推出的《鲁花美食走四方》。节目通过两大吃客——大嘴和馋猫饶有风趣地为老百姓介绍美食地图。2004年播出的节目更是通过走访北京、上海、成都、广州四大美食之都，让观众领略美食的同时也了解了各地的风土人情。后者如中央电视台经济频道《绝对挑战》中的个人才艺表演和《生活》栏目中的《朱轶说计》板块。2005年4月改版后的《朱轶说

计》采用了现场展示、现场实验等多种方法，是对《生活 3·15》板块的延伸和补充。同时，这个板块还将主持人风格化的语言与道具、漫画、实验、新闻资讯等有机结合起来，并通过短信方式与观众进行互动。

## 第七节　电视广告节目

### 一、定义

电视广告节目的定义有广义和狭义之分。

广义的电视广告节目的内容和对象都比较广泛，可细分为服务于经济建设的电视商业广告和服务于精神文明建设的电视公益广告两大分支。其中，电视商业广告以赢利为目的，传递商品或服务信息，引起消费者注意，求得认同，进而引发消费者购买行为；电视公益广告的目的是为了唤起观众对某一社会问题的关注，倡导和推广积极的、有益于社会公共利益的行为，调节社会关系，维护社会稳定与和谐。

狭义的电视广告节目是指电视商业广告节目，是由特定的出资者也即广告主，通过付费的方式，委托电视台广告部门或社会上的广告代理公司创意制作，通过电视台播出，对商品、劳务或观念所作的非人员介绍和推广的此类电视节目形态。

电视是大众接触最多的传媒，电视广告节目因此成为大众最为常见的广告形态和电视节目形态之一。打开电视机，形形色色的广告节目便扑面而来，它们中有的美不胜收、回味悠远，也有的是被认为俗不可耐，但最重要的是，它们被看到了。只要观众接触到了电视广告节目，它们便实现了服务功能，即服务于受众、服务于广告主、服务于社会。电视广告节目每天都在潜移默化地引导人们的消费行为，促使人们接受新观念、改变生活方式。优秀的电视广告节目精确的定位、独到的创意、精美的制作、深厚的底蕴、浓缩的文化，可以给观众带来情感上的触动、艺术上的感染，可谓数十秒视听美的体验。

电视广告节目是市场信息最快速、最准确、最形象、最广泛、最有效的传播方式，是社会经济活动的重要组成部分，是生产与消费之间的链条。电视广告节目目前还是中国各级电视台最主要的经济来源，是制作其他电视节目最重要的经费渠道，已成为发展中国电视事业和产业不可缺少的支撑力量。当然，电视广告节目也具有被动接受、

价格昂贵、收视限制、信息量小、灵活性差等劣势。[①]

从某种程度上说，电视广告节目就是一种文化符号，可以折射出某一时期的社会发展状况。电视广告节目是人们的一项主要社会活动，是发达工业社会中社会图景的突出特征。电视广告节目中的商品不仅具有使用价值，也是一种与众不同的生活方式和社会地位的象征。电视广告节目不断更新着社会中的文化潮流和文化象征，影响并塑造着人们的生活方式、消费方式、行为方式、感知方式、审美方式。人们改变了某种习惯可能仅仅因为电视广告节目人物正在那么做，人们随口哼出来的歌可能是电视广告节目歌曲，甚至孩子学会的第一个字可能就是来自电视广告节目。电视广告节目已成为社会文化生活中一道不可或缺的风景。

## 二、分类

因标准和视角不同，电视广告节目的分类分法也有所不同。

按照产品类型，可分为企业形象类电视广告节目、电脑与通讯产品类电视广告节目、汽车类电视广告节目、家用电器类电视广告节目、医药及保健品类电视广告节目、家庭用品类电视广告节目、金融保险房地产类电视广告节目、酒精饮料类电视广告节目、非酒精饮料类电视广告节目、食品类电视广告节目、化妆品及个人装饰用品类电视广告节目、旅游类电视广告节目、零售出租类电视广告节目等。

按照内容功能，可分为电视商业广告节目和电视公益广告节目。

按照画面形式，可分为静态电视广告节目和动态电视广告节目。

按照画源性质，可分为实景电视广告节目和动画电视广告节目。

按照诉求方式，可分为理性诉求广告节目、感性诉求广告节目、情理结合诉求广告节目等。

按照播出方式，可分为专题电视广告节目、贴片电视广告节目、插播电视广告节目、植入电视广告节目等。

按照发布方式，可分为联播电视广告节目、定点电视广告节目、点播电视广告节目等。

按照传播范围，可分为全球化电视广告节目、全国性电视广告节目、区域性电视广告节目、地方性电视广告节目等。

按照制作方式，可分为电视现场直播广告节目、电影胶片广告节目、电视摄录广告

---

① 韩青、郑蔚：《电视服务节目新论》，中国广播电视出版社 2005 年版，第 141—142 页。

节目、幻灯片广告节目、字幕广告节目、电脑合成广告节目、Flash 广告节目等。

按照表现方式，可分为播送式电视广告节目、推荐式电视广告节目、情境式电视广告节目、演示式电视广告节目、歌曲式电视广告节目、动画式电视广告节目、幽默式电视广告节目、虚幻式电视广告节目等。

## 三、主要特征

### (一)创意的独特性

创意是指创作电视广告节目时萌生的灵感，它在才思敏锐的创作人员大脑中产生，它能使电视广告节目从平凡中升华并脱颖而出，与众不同。在电视广告节目竞争中，独特的创意是决定胜负的首要元素。

电视广告节目的创意是多维空间的立体思考，而不是单向性思考，它从多侧面、多角度探求同一事物的各个层面，去寻找思想的精华所在。电视广告节目的创意是插上了想象翅膀的开放性思考，而不是被限定制约的封闭式思考，它要让思维任意驰骋，它要善于从一事物生发联想到其他事物，通过事物之间的碰撞冲击，迸发出思想火花。电视广告节目的创意是超前意识的预见性思考，而不是畏缩不前的保守型思考，它要准确预测市场环境的最新发展趋势，通盘规划未来的发展蓝图。电视广告节目的创意是相互激荡、相互生发的启迪式思考，往往是由一人提出初步观点，诱发别人的灵感，激发别人的想象，使最初的概念在碰撞中逐步完善成型，最终完成一个优秀的电视广告节目。

虽然中国电视广告节目不乏佳作，但仍有一些缺乏独特创意的电视广告节目在屏幕上向观众轮番轰炸。更有甚者，一些电视药品广告节目使用医生、患者的名义和形象，对药品的功效做夸大和不科学的断言、保证；在酒类、饮料、化妆品电视广告节目中使用医疗及疗效语言，与药品相混淆；不恰当地使用妇女、儿童形象，严重侵犯妇女儿童的合法权益和身心健康等。有一些电视广告节目言过其实，误导消费者，其表现形式为名牌热、金奖热、贬低别人抬高自己、强加于人等。有一些电视广告节目还存在着不良文化倾向，如利用中国文字的谐音滥用成语等。这些电视广告节目不仅不能算是创意，甚至降低了电视广告节目的文化品格。

电视广告节目是艺术性的传播活动，电视广告节目从业人员在利用艺术手段从事电视广告节目创作时，必然把自己的艺术观、审美观渗透到电视广告节目中去，从而给人一种美的享受、一种审美观的教育，起到陶冶审美情趣，提高人们文化素养的作用。

如某企业的电视形象广告，创作者以睡醒的雄狮为企业的象征。画面上出现的是一只威猛强健的雄狮，以长城为背景的大好河山衬托着中国传统的腰鼓队，那铿锵有力的击打和雄狮的吼声浑然一体，这是中国人民信心和力量的象征。

(二)定位的精准性

广告界的专用术语“定位”一词最早出现在 1969 年，其含义是确定商品在市场中的位置，也就是说，定位是指从为数众多的商品概念之中，发现和形成有竞争力、差异化的商品特质及重要因素。优秀的电视广告节目创意，皆应伴随着精准的定位，要表明产品最突出的特点、用途和益处，强化产品超凡脱俗、与众不同的关键点，进而赢得消费群。在电视广告节目中为产品定位，乍看起来，似乎缩小了适用范围，减少了消费者，但细想起来，却是赢得了坚定的消费者，使他们从心底认识到这种产品对自己是适合的，从而义无反顾持之以恒地购买。有些电视广告节目从头到尾没有明确的定位，制作者力图在不言中表明该产品适用于所有的人，其实这是不可能的，正如包治百病的药是不存在的一样。

为产品定位，首先要对产品展开多方位、多层次的分析和研究，对产品的名称、包装、用法、性能、功用、价格等多种因素进行系统的探讨与整理，然后寻找一个最好的角度，为产品确立一个最精当的定位。为产品定位，还要参考诉求对象，也就是所要推销商品的对象。要分析产品的消费者和他们的消费态度以及生活需求等，如果诉求对象的需要与商品的特性相吻合，该产品就能最大限度地满足消费者的要求。

为产品定位，还包括给人以难忘的审美娱乐享受。中国电视广告节目产生了不少优秀作品，这些作品健康、积极向上，具有良好的社会效益和文化效益。它们定位准确，总是渗透着亲情、友情、爱情，总是能诱发人们的美好情怀，使人们对生活有所感悟。一声“黑芝麻糊哎……”那清脆、悠长的吆喝声，把人们带回到那个亲切而遥远的年代，唤醒人们对已逝时光的美好回忆。消费者对电视广告节目的接受，不仅意味着对某种商品的接受，更意味着对这种商品所对应的消费方式及其所代表的知识结构、文化行为和生命扩张方式的接受。

(三)信息的真实性

电视广告节目是经济宣传的一个重要方面，电视广告节目在传播信息、促进生产、扩大流通、开拓市场、指导消费、活跃经济、方便人们生活、发展国际贸易等方面都起着积极的引导作用。

在社会主义市场经济条件下，信息就是资源，就是财富，就是知识，就是动力。通过电视广告节目传播信息，对于广告主来说，可以改善环境，销售产品，发展自身；对于广告对象来说，可以把握其他产品，把握市场动向，以便充分发挥自己的优势，开发新产品，占领新市场。就中国的国情来说，由于各地区、各部门经济发展的不平衡以及交通方面的原因，严重地影响着生产者与消费者之间的联系，以及产品的销售。电视广告节目的传播，沟通了生产者与消费者之间的联系，加快了流通，促进了生产，发展了经济。在新产品不断增加的情况下，要开拓市场，就必须充分发挥电视广告节目的诉求认知能力，帮助消费者辨认、识别产品和服务的差异性，不断提高消费者认识商品和服务的能力；帮助或激励人们，使他们对电视广告节目传播的产品产生兴趣，进而产生购买欲望并付诸行为。通过电视广告节目传播，可以使消费者自觉地去比较商品，从而形成对不同产品的购买力，这样就会使产品质量较好的生产厂家为维护自己的声誉或名牌产品的地位，更加重视生产设备的技术改造，在努力提高产品质量的同时，推出更多的新产品；与此同时，也使产品质量差强人意的厂家努力提高产品质量。由于竞争的开展，也必然促进整个社会生产力的发展。一种产品形象的塑造有两条途径：一是消费者的长期使用，二是广告传播。前者需要的时间长，范围比较窄；后者需要的时间短，普及面广。不管采用哪一条途径塑造产品形象，都必须以产品的质量为基础。在产品质量恒定的条件下，产品的品牌、声誉对企业来讲尤为重要。通过电视广告节目传播，可以使广大消费者了解企业经营管理状况，产品的质量、技术及服务等，为产品声誉的建立做好舆论上的准备。当然，并不是任何电视广告节目都有利于产品声誉，因此，为建立产品的声誉和塑造企业形象，必须杜绝虚假电视广告节目，一定要注意电视广告节目传播的真实性。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1978—1983)

从1978年中国内地第一条电视广告节目播出到20世纪80年代前期，中国内地电视广告节目在计划经济条件下迈开了蹒跚的步履。

早在1978年，中国正式引起第一部海外电视动画片《铁臂阿童木》，在中央电视台周末18：30播出，其中就已经出现了电视广告节目。这部动画片是由卡西欧公司“免费赠予”，条件就是要求中央电视台捆绑播放动画片中附带的卡西欧贴片广告节目。“这是新中国电视节目史上第一个广告，同时，也是第一次将免费提供节目带广告的模

式引进中央电视台。”[①]

1978年底，中共十一届三中全会召开，确定了把全党的工作重心转移到以经济建设为中心上来，为中国电视广告节目的起步创立了政策环境。同时改革开放序幕的揭开，客观上造成了外国商品逐渐进入中国市场的现实，各国厂商及企业家都迫切需要在中国电视上有个“窗口”。

1979年1月28日，上海电视台最先在全国播出了电视商业广告。根据上海电视台原广告科负责人汪志诚的说法：“由于在传统的计划经济体制下，对事业单位固定的拨款制度满足不了广大群众日益增长的收看需求，上海电视台也面临资金匮乏、节目单调、观众意见大的尴尬境地。上海电视台1978年得到的日常经费比一部电影的摄制费还少。在这种困境面前，时任上海电视台负责人的邹凡扬决定借鉴报刊登广告的做法，通过播放广告增加收入。”[②]

1979年1月25日，邹凡扬起草了一份试办广告业务的报告，请示上海市广播事业局委员会和中共上海市委宣传部，很快得到了相关领导的批准和支持。之后，在他的主持下，由汪志诚起草了《上海电视台广告业务试行办法》和《国内外广告收费试行标准》，并且成立了上海电视台广告业务科。

1979年1月28日17:09，上海电视台播出了中国内地第一条收费的电视商业广告节目——上海市药材公司的参桂养荣酒的广告。汪志诚回忆说：“外形就跟我们现在的瓶装青岛啤酒差不多，16元一瓶。现在的人可能觉得很便宜，但20世纪70年代末的时候，大家的工资是36元，这瓶酒的价格就等于人们近半个月的工资。”[③]

这一广告播出的同时打出了“上海电视台即日起受理广告业务”的字幕。这条全长为1分30秒的类似于电视消息的电视广告，是由上海广告公司装潢公司委托上海电视台新闻组摄影记者摄制的。这个广告当天20:40重播一次，1月28日至31日，连续4天，每天播出2次，共播出了8次。“广告分为四个片断：第一段是买参桂补酒；第二段，买者去一个长辈家；第三段是买者到了长辈家；最后一段，老先生见到这个酒很高兴。”[④]当天正好是中国农历春节，也是时任国务院副总理的邓小平开始对美国进行具有划时代意义访问的第一天。正如汪志诚指出的那样：“这条广告虽然形式简单，

---

① 郭全中：《传媒经营30年回望》，载《青年记者》2008年第16期。

② 汪志诚：《中国第一条电视广告诞生记》，载《电视研究》1999年第10期。

③ 上海音像资料馆、上海文广新闻传媒集团节目资料中心：《老电视人·口述历史》，学林出版社2009年版，第35页。

④ 根据励世良等上海市广告装潢公司老员工的回忆。参见陈刚：《当代中国广告史（1979—1991）》，北京大学出版社2010年版，第170页。

但意义却重大，当时《大公报》一名记者写道：'广告的出现犹如一声长笛，标志着中国经济的巨轮开始起航。'美国的一家报纸也发表评论说上海新闻媒体恢复广告是中国'开放的信号'。"①

1979年3月15日，上海电视台又播出了中国内地第一条外商电视广告节目——瑞士雷达表广告，片长1分钟。两个"第一"，使上海电视台成为中国当代电视广告节目的"摇篮"。1979年上海电视台平均每天播出3分30秒广告，全年营业额49万元。

继上海电视台之后，广东电视台第二套节目于1979年4月13日晚播出了第一条收费的商业广告——广州荔湾铁工厂生产的泥斗车广告，并在春季广州商品交易会开幕4月15日当晚正式播出广告节目。此后，全国各大电视台陆续开始播放广告节目。

1979年10月，中央电视台经请示在中国电视服务公司下设一个营业科，专门负责安排电视广告节目。后来很快又改成广告科。当时的观众乃至电视台的从业人员对电视广告节目都不很理解，开始播出时不叫广告，只称"商品信息"。广告客户也不多，每天只播出3分钟左右。1979年9月30日，中央电视台播出该台第一条有偿电视广告——美国威斯汀豪斯电器广告。随后，日本西铁城公司在《新闻联播》栏目前推出了报时电视广告节目。中央电视台自己制作播出的第一条电视广告节目是首都汽车出租公司的广告，不久中央电视台又为河北冀县暖气片厂制作并播出了电视广告节目。

1979年11月，中共中央宣传部正式批准新闻单位承办广告。初期的电视广告节目分三种形式：一种是介绍商品的节目，一种是介绍厂商的节目，还有一种是外商提供的具有广告性质的电视纪录片等节目。

在这个阶段，中国电视广告节目既受到经济体制改革的积极推动，也受到社会主义计划经济体制的束缚。一方面，电视广告业务发展迅速，电视台成为当时电视广告节目制作的主要力量。另一方面，电视广告节目的制作水平并不高，节目的创意设计受到生产观念的制约。即便是中央电视台的广告节目，其制作和播放过程也是比较原始的。原上海广告装潢公司总经理韩金科回忆道："我经手的第一个广告是在中央电视台播出的。那个时候中央电视台没有一套、二套，就一套。当时是晚上六点半播的，看起来非常死板，就像幻灯片。而且没有背景音乐，后来才有配音的。我印象中这个广告好像是1980年左右。"②单一的计划经济体制决定了企业以生产为中心的模式，广告主的观念落后，大多数电视广告节目都是告知型或自我表现型的，站在生产者的

---

① 汪志诚：《第一条电视广告播出的前前后后——纪念中国电视广告20周年》，载《中国广告》1999年第2期。
② 陈刚：《当代中国广告史(1979—1991)》，北京大学出版社2010年版，第174页。

立场上，介绍生产者引以为傲的事，以商品功能为诉求重点，画面大多是企业的厂门、车间和奖状，“誉满全球”、“实行三包”、“省优部优国优”等口号式广告语不绝于耳。当然，出现这种局面的另一个重要原因是，当时的电视广告节目从业者大都是从电视台新闻部门转岗过来的，对广告专业认识有限，大量借用新闻类电视节目形态创作手法来制作电视广告节目也就不足为奇了。

(二)发展时期(1984—1992)

1984年，中共十二届三中全会作出《中共中央关于经济体制改革的决定》，在确立对外开放基本国策的基础上，第一次正式提出“社会主义商品经济”的概念。从此，中国步入了由计划经济向市场经济的过渡期。改革开放的不断推进和日益扩大的国内市场需求的刺激，同时在与国际交流的催化下，中国电视广告节目也进入发展时期，主要表现在以下两个方面。

一是电视广告节目开始栏目化。

“以销定产”广告节目传播导向逐渐取代“以产定销”的观念，推销产品被提上企业重要议事日程，广告主的广告意识大大增强，广告预算大幅度上升。同时，随着电视事业的发展，电视广告业务继续扩大，各地纷纷加强广告部门的制作力量。其中，中央电视台于1984年成立了中国国际电视服务总公司，并在公司里设立一个广告部。1987年7月，中央电视台决定把广告科扩大为广告部，下设业务科、制作科和财务科，专门承担电视广告节目的编辑、制作、播出、管理工作。1988年6月，北京华侨建设广告影视公司(北京国安广告公司前身)与中央电视台广告部联合开设了中国第一个电视广告栏目《榜上有名》，集中播出中国民族企业的电视广告。1990年8月，北京国安广告公司与中央电视台广告部再度合作，开设了第二个电视广告栏目《名不虚传》。《榜上有名》和《名不虚传》以“重信誉，创优质服务”为传播宗旨，为经济建设、市场贸易及消费者提供服务。

二是电视广告节目日益多样化。

这一时期，电视广告节目的市场化运作机制初步建立。电视广告节目创作被纳入广告策略规划，电视广告公司为客户的广告进行总体策划的运作机制建立，传播效果得到了强化。同时，电视广告节目传播开始重视对产品、市场和目标对象的分析研究，逐渐从纯主观的艺术创作倾向中摆脱出来。电视广告节目的创意设计开始突破告知型和自我表现型的窠臼，注重感性诉求和人情味，突出商品个性、主题定位准确、信息传达清晰、广告语精炼的电视广告节目增多。

1988年，深受假药困扰的深圳南方制药集团老总赵新先考虑请一位名人来为其产品代言，最终决定邀请著名表演艺术家李默然。这也是改革开放后中国内地第一个名人代言广告。

这一阶段比较有影响的名人广告还有潘虹的“霞飞”化妆品广告、汪明荃的万家乐热水器和容声冰箱广告、香港艺人沈殿霞的神州热水器广告等。20世纪80年代末到90年代初，在中央电视台春节联欢晚会和其他媒体的诸如《来自台湾的歌》这样的栏目的推动下，以费翔、齐秦、罗大佑、童安格、谭咏麟、小虎队等为代表的港台明星大举进入内地，受到追星族们的追捧。1991年前后，各大企业不惜重金公开征集广告语，各路明星开始代言广告产品。名人广告的出现，使沉闷的广告有了生气，不过也引发了诸多争论。由于中国传统观念的影响，加之一直以来未能根除的某些虚假广告造成的公信力低下，广告被看做是重利轻义的行业，尤其把名人与商业联系在一起的做法，在招来注意的同时，难免会引发争议。

电视公益广告节目的出现，在某种程度上捍卫了整个广告业的公信力。改革开放后，国内最早的公益广告就出现在电视媒体上，并且电视公益广告也一直是影响力最大的公益广告形态。

1986年，贵阳市节水办公室和贵州电视台联合发布《节约用水》公益广告。当时，贵州地区持续干旱，不少地区出现供水不足的情况。为了利用电视这一传媒唤起广大市民的节水意识，贵州电视台创作了这条广告。广告播出后，在市民中引起强烈反响，人们对这种不为宣传产品而做广告的方式感到新奇，也给予好评。这则广告是中国第一条经过专业化创作的电视公益广告，被誉为“我国电视公益广告的第一枝报春花”[①]。

第一个将电视公益广告的制作播出日常化、栏目化的，是中央电视台。1987年10月26日，中央电视台广告部开辟中国第一个电视公益广告栏目《广而告之》，当天的内容是反映交通安全的“高高兴兴上班，平平安安回家”。后来该栏目又陆续播出了“吃不了，兜着走”等公益广告，每天在《新闻联播》之后播出2分钟左右。《广而告之》以“提醒、规劝、批评”6字方针为宗旨，采用观众喜闻乐见的形式，在黄金时段定期播出公益广告，宣传生活常识，提倡社会公德，使观众在娱乐中得到启迪，在潜移默化中营造了人与人之间的理解、同情和温馨，唤起了真善美的社会美德和人性本位，赢得了从中央领导到普通观众的赞扬。继中央电视台《广而告之》之后，不少电视媒体积极响应，纷纷设立了公益广告栏目，如北京电视台的《广角镜》、江西电视台的《想想、看看》、

---

① 刘习良：《中国电视史》，中国广播电视出版社2007年版，第273页。

湖南电视台的《公益广告》等。荧屏上出现的公益广告逐渐增多，优秀作品不断涌现。1989年度第四届全国电视广告印象奖将公益广告作为一个类别，开展评奖活动。

围绕1990亚运会，《广而告之》连续地播出的一批公益广告，如《干干净净迎亚运》、《有朋自远方来》、《当好东道主 热情迎嘉宾》等，动员全国人民，特别是北京人民，以文明好客的东道主形象迎接各国朋友的到来。这批公益广告所关注的范围非常广泛，内容涉及文明礼貌、言谈举止、环境卫生、交通秩序、服务态度、经商道德等各个方面，不仅在立意和主题思想等方面深刻贴切，在构思和艺术手法上也新颖脱俗。

(三)成熟时期(1993—)

20世纪90年代以来，中共中央、国务院颁布了《关于加快发展第三产业的决定》，明确指出广播电视属于第三产业，文件还指出："以产业为方向，建立充满活力的第三产业自我发展机制，现有大部分福利型、公益型和事业型第三产业要逐步向经营型转变。"广播电视产业属性的确立，为广播电视产业经营创造了一个前所未有的良好条件，也为电视广告节目的大发展提供了政策的保障。

经过一段时期电视广告节目创作人才的成长和经验的积累，在市场经济蓬勃发展的新形势推动下，中国电视广告节目进入成熟时期，主要表现在以下三个方面：

一是电视广告节目的市场观念全面确立。社会主义市场经济体制的确立，使现代营销观念被广泛接受，明确了广告传播对象，消费者成为市场主体，"用户就是上帝"的理念深入人心，因此，站在消费者的立场上做广告、说消费者关心的事成为广告主的主要诉求方法。同时，电视广告节目成为电视产业经营的具体手段。1993年底，中央电视台拟在《新闻联播》和《天气预报》两个栏目中间加播30秒的广告，这件事惊动了当时的国家广电部部长艾知生，因为《新闻联播》是政治性最强的节目，但艾知生并未表示反对。于是，1994年1月1日《新闻联播》后出现了30秒广告，当时的中央电视台台长杨伟光谈起此事说："结果太出乎我们的预料，没有一个观众提出异议，这真使我们喜出望外！"①1996年6月起中央电视台实行"栏目带广告，广告养栏目"的运作机制，电视栏目和广告经营完全步入市场化。实行这个办法的栏目拿出百分之十的时间用于播放广告节目，广告节目收入的50%用作栏目经费。节目质量好，栏目广告就带得满，广告价格也可提高；广告收入多，节目制作经费也就多，就更能保证节目的资金投入和质量的提高，从而形成节目质量与经营创收共同提高的良性循环系统。市场观

① 杨伟光：《电视论集》，中国文联出版社2000年版，第255页。

念的发展成为电视广告节目传播以及媒介产业化经营的有力支撑。

二是电视广告节目专业化态势全面形成。社会主义市场经济体制的确立，也为各种社会企事业单位介入广告传播提供了依据。许多广告代理公司和专业影视、戏剧和音乐等文艺界人士纷纷参与电视广告节目的创意与制作，逐步开始了较为专业化的运作。同时拥有一流人才与设备的专业广告节目制作公司开始出现，使得中国电视广告节目制作水平开始与国际接轨。这些机构的出现，打破了过去电视台一统天下的局面，电视广告节目的竞争态势全面形成。

三是电视广告节目创意与设计水平全面提高。20世纪90年代以来，中国电视广告节目以消费者的关注点为目标，更加注重感情诉求和人情味的追求，注意与时代和社会发展步伐相一致，努力追求卓越和创新，普遍摆脱模仿，全面提升格调与品位，通过沟通和智取等攻心方法，使电视广告节目获得了良好的经济效益和社会效益。

# 第4章 文娱类电视节目形态

## 第一节 文娱类电视节目形态的概念界定

### 一、定义

中国文娱类电视节目形态是以文化娱乐为主要功能的电视节目形态。

在探讨文娱类电视节目形态之前，有必要辨析“电视文艺节目”、“电视综艺节目”、“电视娱乐节目”这三个含义相近的概念。

从产生时间来看，“电视文艺节目”的概念最后出现，随后出现的是“电视综艺节目”的概念，最后出现的是“电视娱乐节目”的概念。

从内涵外延来看，“电视文艺节目”、“电视综艺节目”、“电视娱乐节目”这三个概念都一直随着时代的变迁和电视的进步不断发生变化，相关的定义更是仁者见仁，智者见智。[1]

为了避免概念上的混乱，本书提出了“文娱类电视节目形态”这一概念，以便与时俱进地反映当前此类电视节目形态的最新发展状况。

### 二、分类

中国文娱类电视节目形态主要有以下三种分类方法：

---

① 孙宝国:《中国电视娱乐节目形态学》,新华出版社 2009 年版,第 70 页。

按照节目功能，可分为欣赏性、服务性、知识性、评介性等四种文娱类电视节目形态。

按照节目来源，可分为电视独有的文娱类电视节目形态、电视对社会文学艺术形态进行电视化加工的文娱类电视节目形态、电视对社会文化娱乐活动直接转播的文娱类电视节目形态等。

按照核心元素，可分为电视文艺节目、电视晚会节目、电视综艺节目、电视游戏节目、电视益智节目、电视真人秀节目等六种文娱类电视节目形态。

本书采用最后一种分类方法，对文娱类电视节目形态进行较为详尽的阐释。

## 第二节　电视文艺节目

### 一、定义

电视文艺节目是指以现代电子技术、数字技术为传播手段，对音乐、舞蹈、小品、戏曲、曲艺、文学等各种文学艺术节目进行电视化的二度创作，既保留原有文学艺术的独有文学艺术价值，又充分发挥电视传媒的特殊表现方式，给电视观众以全新的文化和审美享受的文娱类电视节目形态。

电视文艺节目最大的特点，就是节目的主体都是可以不依赖电视的传播而独立存在的文学艺术品种，因而电视工作者所能做的一般来说只是适应观众的审美需求，对这些完整的文学艺术作品进行一定的电视化处理。当然，对于像音乐电视和电视小品这类因电视而产生的电视文艺节目形态而言，创作者的艺术创作空间还是比较大的。

### 二、分类

电视文艺节目可细分为以下六种子形态：

一是电视音乐节目，即以各类音乐、歌唱演出为基本素材，运用电视的特殊手段制作的电视文艺节目。

二是电视舞蹈节目，即以各类舞蹈演出为基本素材，运用电视的特殊手段制作的电视文艺节目。

三是电视小品节目，即以各类小品为基本素材，运用电视的特殊手段制作的电视文艺节目。它有人物表演，但不要求塑造丰满的人物形象；情节可以有戏剧性，也可能不依赖戏剧性而以诗意、哲理取胜。构思新巧、富有戏剧性和现实干预性是其特征。

四是电视戏曲节目，即以各类戏曲为基本素材，运用电视的特殊手段制作的电视文艺节目。戏曲是中国特有的传统艺术形式，品种很多，有京剧、昆曲、评剧、豫剧、越剧、粤剧、湘剧、汉剧、河北梆子、晋剧、黄梅戏、秦腔、二人转、二人台等。

五是电视曲艺节目，即以各类曲艺为基本素材，运用电视的特殊手段制作的电视文艺节目。曲艺是各种说唱艺术的总称，主要包括大鼓、弹词、琴书、道情、牌子曲、快书、评书、相声、数来宝和大本曲等。曲艺本来就有广泛的群众基础，通过电视播出，更拥有了大量的观众。另外，传统曲艺节目中的杂技也主要在电视上播出。

六是电视文学节目，即通过特殊的电视手段，对小说、诗歌、散文、报告文学等文学作品进行二度创作的电视文艺节目。

## 三、主要特征

### （一）品质的审美性

电视文艺节目的播出，既是一个文学美和艺术美的展示过程，又是一个观众获得审美感受的过程。电视文艺节目追求对文艺节目审美元素的纪实性再现和电视化加工。诗歌、舞蹈、戏曲、曲艺、音乐、文学等艺术形态电视化后的最直观的结果，便是视觉和听觉元素的逼真、丰富、唯美，观众在欣赏诗歌、舞蹈、戏曲、曲艺、音乐、文学等艺术作品的同时，也能欣赏到逼真、丰富、唯美的画面和声音。此外，观众在家中收看电视文艺节目时，与在影院、剧场音乐厅等公共场合观看演出的艺术感受有很大的不同。审美环境和审美方式的不同，会导致审美心理的不同变化。

### （二）内容的教育性

电视文艺节目的教育元素同娱乐元素一样是客观存在的，也是适应社会与人的全面发展的客观需求的。优秀的电视文艺节目能使观众在赏心悦目的同时，感受到一种思想的启迪和鼓舞，培养高尚的情操与高雅的情趣，获取各种有益的社会知识与生活知识。当然，这种教育元素可以是直接表达的，但更是通过电视文艺节目所展示的艺术元素和娱乐元素来感染观众和影响观众的。当然，在某些时候，也不排斥电视文艺节目具有较强的宣传性和鼓动性，但在强调这种宣传性和鼓动性的同时，不可忽视电视文艺节目的美学特征，不可违背文艺创作的基本规律。

### （三）传播的单向性

电视文艺节目的传播方式为我播你看，是单向的。与之相对应，传统表演美学和

播音美学决定了电视文艺节目的整体面貌和审美形态。“舞台”和“话筒”成为电视观众可望而不可即的“神圣”之物，传播学意义上与传者具有互动功能的受众，也在这里成为一个纯粹的“看客”或“他者”。观众只是欣赏节目，很少参与节目，有时甚至变成了单纯的“鼓掌机器”。

## 四、历史源流

### （一）发轫时期（1958—1959）

1958 年 5 月 1 日，北京电视台开始试验播出。在当天的节目中，就有文艺节目，分别是中央广播实验剧团表演的诗朗诵《工厂里来了三个姑娘》和《大跃进的号角》，北京舞蹈学校演出的舞蹈《四只小天鹅》、《牧童》和《春江花月夜》。当时这些节目在一间由会计室改建的约 60 平方米的小演播室内直播。

1958 年 5 月 4 日，北京电视台播出电影《林冲》。从此，电影成为电视文艺节目形态中不可或缺的子形态。开播初期的中国电视对电影的依赖性很强。一些新的电影往往还没有公映，电视观众就先睹为快了。当时除少数家庭拥有电视机外，电视机都是在单位或公共场所供集体收看的。观众往往把电影看做是“正片”，而将其他电视新闻节目和电视文艺节目视为“加片”。20 世纪 50 年代末至 60 年代初，电影占电视文艺节目总数的一半以上，当时的电视也因此被称为“缩型影剧院”，称其“缩型”是指屏幕狭小。电影在当时电视文艺节目中的重要地位可见一斑。

1958 年 6 月 26 日，北京电视台首次进行了剧场实况转播，内容是由伤残军人演出的文艺节目。此后，北京观众多次欣赏到著名京剧艺术家的表演，如梅兰芳的《穆桂英挂帅》，尚小云的《双阳公主》，荀慧生的《红娘》，马连良和张君秋的《三娘教子》，张君秋、叶盛兰和杜近芳的《西厢记》，周信芳的《四进士》等。

1959 年 8 月，中国第一部电视小品《穿花布拉吉的姑娘》在北京电视台播出。

1959 年国庆期间，北京电视台前后播映了《林则徐》、《风暴》、《老兵新传》、《我们村里的年轻人》等 4 部重点发行的献礼电影故事片和《英雄战胜北大荒》、《第二个春天》、《远征沙漠》、《红光照山村》等 4 部大型电影纪录片。此外，北京电视台在国庆期间还转播了苏联芭蕾舞团表演的《天鹅湖》以及苏联著名舞蹈家乌兰诺娃主演的《吉赛尔》和《海侠》的片断。

### （二）发展时期（1960—1976）

北京电视台于 1960 年新建成大中小 3 个演播室后，播出电视文艺节目的条件大

大改善。这一时期,电视编导力图运用电视手段进行再创作,以丰富电视文艺节目的表现力。

1961 年 4 月 20 日,导演黄一鹤尝试以越剧戏曲影片为小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》配画,在镜头处理和解说运用方面颇有创意,成为中国第一个直播的经加工制作的大型电视文艺节目。随后,邓在军导播了舞蹈《赵青独舞》,杨洁和莫宣导播了甬剧《半把剪刀》,王扶林和金成导播了话剧《七十二家房客》。这些节目显示了电视独特的传播特性和语言。此外,北京电视台尝试二度创作,将话剧《伊索》,革命现代京剧《红灯记》,评剧《双玉蝉》、《祥林嫂》,昆曲《李慧娘》,川剧《燕燕》等一一搬进演播室。

1961 年 12 月 11 日至 19 日,为庆祝著名京剧表演艺术家周信芳舞台生涯 40 周年,北京电视台举办了大规模的电视系列戏曲演播,播出了周信芳主演的《打渔杀家》、《乌龙院》、《打瓜招亲》、《宋士杰》、《张飞审瓜》、《斩经堂》、《四进士》、《海瑞上疏》等,产生了轰动效应。

1964 年前后,以广州电视台为代表的许多电视台掀起演“革命现代戏”的热潮,大量播放以阶级斗争为主要内容的现代题材戏剧。

1964 年,北京电视台少儿部将著名作家管桦的小说《小英雄雨来》以儿童剧中的“故事表演”这一形式,搬上了电视屏幕。这部作品虽然经由演员的表演不可避免地强化了原作的戏剧元素,但同时又绝对忠实于原著,将原作中的全部文学语言都通过新的视听元素充分地展现在电视屏幕上,具有极强的文学性。这部作品的诞生标志着先进的电子技术与文学作品产生了直接的密切联系,开启了中国电视文学节目发展的序幕。

1964 年 1 月 4 日,为庆祝《毛主席诗词》出版,北京电视台第一次举办大型诗歌朗诵会。同年 7 月 1 日,又举办了毛泽东诗词欣赏晚会。在后来的特定历史时期内,为配合当时主要的政治活动,诗歌朗诵会这一文艺形态在电视文艺节目中不时出现。它以诗为主,配合歌舞,诗情画意并存,歌声舞蹈纷呈;名家云集,朗诵家、歌唱家和舞蹈家各显其能,交相辉映,相得益彰,成为中国电视文艺节目中一道引人注目的景观。

1964 年 12 月底,北京电视台利用黑白录像机录制了常香玉主演的豫剧《朝阳沟》第二场与京剧《红灯记》中《智斗鸠山》一场,并在 1965 年元旦文艺晚会中播出。这是中国内地第一次录像播出的电视文艺节目。从此,中国内地电视文艺节目开始从实况直播转向录播。演出与播出的分离使得电视文艺节目能够得以保留下来,也为节目质量的提高提供了技术保证。

1965 年 2 月起,北京电视台又在 100 天内连续播出以援越抗美为主题的音乐、舞

蹈、戏剧节目 44 次，占当年电视文艺节目的 40%。这种配合中心任务组织大规模文艺演出的做法成为中国电视文艺节目的传统。

1966 年开始至 1976 年的“文化大革命”期间，中国电视文艺节目十分单调。除转播少量的转播舞台演出，电视屏幕上反复播放的主要是《地雷战》、《地道战》、《南征北战》等电影故事片，8 个“样板戏”拍成的电影，苏联、朝鲜和东欧社会主义国家的《列宁在 1918》、《卖花姑娘》、《看不见的战线》、《爆炸》等译制影片。

1966 年 6 月 19 日，北京电视台把原来的若干小块文艺节目时间合并，以便大块时间播出“样板戏”。

1967 年 5 月 9 日至 6 月 15 日，京剧京剧《沙家浜》、《红灯记》、《智取威虎山》、《海港》、《奇袭白虎团》，舞剧《红色娘子军》、《白毛女》，钢琴伴奏《红灯记》等 8 个“样板戏”[①]同时在首都各大剧场和舞台演出，北京电视台相继播放，从此电视台几乎每天播放“样板戏”。

1967 年 5 月 23 日，北京电视台直播了“首都纪念毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》发表 25 周年大会”。

1969 年 7 月 1 日起，北京电视台每周增加一定的时间转播“样板戏”。“‘样板戏’是‘文革’期间出现的极为复杂的文化现象。这批‘样板’凝聚着当时很多艺术家的心血，具有一定艺术成就，但它被少数阴谋家所利用，被当作压制其他文艺的工具，这本身又起到了极坏的作用。”[②]

1971 年 10 月起，北京电视台增播以“样板戏”的“三突出”(在所有人物中间突出正面人物、在所有正面人物中间突出英雄人物、在所有英雄人物中间突出主要英雄人物)为标准创作的京剧《龙江颂》、《杜鹃山》、《平原枪声》、《海岛女民兵》和舞剧《沂蒙颂》等现代剧目。

1971 年 11 月 18 日起，北京电视台推出教唱“样板戏”和其他现代剧选段的节目。

1970 年 9 月，为了庆祝越南民主共和国成立 25 周年，北京举办“越南电影周”，北京电视台先后播放了影片《英雄的昏果岛》、《上前方之路》等。

1970 年 10 月，为了纪念中国人民志愿军赴朝作战 20 周年，播放了《奇袭》、《英雄儿女》、《打击侵略者》等几部旧影片。

1971 年，《红灯记》、《沙家浜》、《白毛女》等“样板戏”被拍成了电影。

1974 年，北京电视台播出了电影《火红的年代》、《艳阳天》、《青松岭》。

---

① 赵玉明：《中国广播电视通史》，中国传媒大学出版社 2006 年版，第 313 页。

② 张凤铸、胡妙德、关玲：《中国当代广播电视文艺学》，中国传媒大学出版社 2004 年版，第 63 页。

1975 年初，电影《海霞》和《创业》先后问世。

1975 年 10 月，为了纪念红军长征胜利 40 周年，北京电视台播放了《长征组歌》和话剧《万水千山》。

1974 年，根据中共中央办公厅的指示，北京电视台组织专门班子，抽调精干人员，利用彩色录像设备先后在湖南、北京录制了包括著名艺术家红线女、李和曾、赵燕侠、彭俐侬、左大玢、王爱爱、谭元寿等表演的一大批传统戏曲和曲艺节目。在北京录制的有京剧《逍遥津》、《斩红袍》、《红娘》和河北梆子《辕门斩子》等 80 个剧目；在长沙录制的有京剧、花鼓戏、湘剧、汉剧、粤剧、晋剧等剧种的 71 个传统剧目；还有在北京录制的侯宝林和郭启儒合说的相声《关公战秦琼》、《戏剧与方言》、《阴阳五行》、《婚姻与迷信》、《醉酒》、《改行》、《买佛龛》等。这项工作一直持续到 1976 年秋。

从 1975 年下半年起，天津电视台用了 5 个多月的时间，录制了传统京剧《蜈蚣岭》、《恶虎村》、《二堂舍子》和河北梆子《捡柴》、《柜中缘》等 50 余出戏。北京电视台和天津电视台的这些努力，使得一批濒临失传的著名艺术家的代表作保留下来，为中国戏曲和曲艺艺术保存了十分珍贵的影像资料。

此外，当时的人们在电视屏幕上偶尔也能看到一些外国文艺团体的演出，如北京电视台转播的日本松山芭蕾舞团演出的《白毛女》。但总体来看，"'文革'中文艺作品数量极微，且一放而过，没有形成多大的影响，因此在人们的印象中，与那十年相联系的，便只有'样板戏'中那些半人半神、巍然耸立的高大形象了"[①]。

1976 年 12 月 21 日，北京电视台实况转播了《诗刊》杂志社主办的诗歌朗诵音乐会，王昆、郭兰英、王玉珍、常香玉等一批老艺术家登台表演，《绣金匾》、《洪湖水浪打浪》、《兄妹开荒》、《夫妻识字》等一批"文化大革命"时期禁演的革命歌曲重新响起，震撼了全场观众的心。此后，北京电视台转播了大量此类节目，如 1977 年 1 月 18 日晚播出的专题文艺节目《我们永远怀念你啊，敬爱的周总理》、1978 年 3 月 6 日和 8 日转播的由中央广播文工团和《诗刊》杂志社分别举办的两场纪念周总理诞辰 80 周年的诗歌朗诵音乐会等。

1976 年 12 月 29 日到 31 日，北京电视台播放了被长期禁锢的优秀故事片《洪湖赤卫队》和舞台艺术片《东方红》。

### (三)成熟时期(1977—)

1977 年 5 月 23 日，北京电视台《文化生活》栏目开播，虽然当时它不太引人注目，

---

① 郭镇之：《中外广播电视史》，复旦大学出版社 2005 年版，第 367 页。

却显示出了融艺术性、知识性、欣赏性、趣味性于一体的特色，标志着中国电视文艺节目进入发展时期。

1977年10月18日，北京电视台开始陆续播出湖南花鼓戏《十五贯》、京剧《闹天宫》、昆曲《大破天门阵》、京剧《打渔杀家》等传统剧目录像。

1977年11月，中央电视台开办《外国文艺》栏目。这个栏目主旨是普及外国文艺知识，提高观众的艺术欣赏能力，着重向观众介绍外国优秀文艺节目，主要包括音乐、美术、舞蹈、文学名著等。

1978年，中央电视台少儿部设立了《文学宝库》栏目，目的是给经历了"文化大革命"的少年儿童输送文学营养。该栏目采用"电视小说"的形态，将许多中外文学名著搬上了屏幕，先后播出过安徒生的《卖火柴的小女孩》，鲁迅的《故乡》、《孔乙己》，莫里兹·日格蒙德的《七个铜板》，格林兄弟的《白雪公主》等十几部作品。这些电视小说作品以经典文学作品为蓝本，努力保持原作者的创作个性以及文学原作的原有风貌和艺术格调，克服了电视剧化的创作倾向，彰显了作品的文学品格。

1978年9月30日，中央电视台与地方电视台共同筹办的《祖国各地》栏目第一次播出。

1982年6月5日，中央电视台《舞台与银幕》栏目开播。这是中国内地第一个专门介绍新上映的电影和新公演的戏剧的栏目。该栏目改变了以往以剧场转播为主的制作方式，而以自办节目为主，开始了电视文艺节目栏目化的探索。自办节目使电视台可以控制节目的长度，并将不同的节目按照一定顺序进行编排，在固定的时间内播出，有利于培养观众的收视习惯，发挥电视传播的优势。从此，各类电视文艺节目都先后走上了栏目化的道路。

1981年1月1日，广东电视台开办了电视文艺栏目《万紫千红》，它以丰富多彩的内容、活泼新鲜的形式、主持人的精彩串联令观众耳目一新。广东电视台随后开办的《百花园》则以优秀保留节目为素材，经过重新编辑加工，给人以新的审美享受。广东电视台的这种做法在电视界引起了巨大反响，各电视台都纷纷开办了自己的文艺栏目。

1984年，上海电视台开办了《大舞台》、《大世界》栏目。中央电视台推出的栏目更多，既有以加工地方电视台选送节目为主的《艺苑之花》，也有自己编导的《音乐与格言》和《歌与花》，还有在舞台演出实况基础上加工制作的《音乐与舞蹈》等。

1984年，江苏电视台尝试创作电视诗，并正式提出了"电视小说"这一全新概念。他们先是将美国作家欧·亨利的小说《最后一片叶子》改编成同名电视小说。接着又

将奥地利作家茨威格的小说《看不见的珍藏》和朱自清的散文《荷塘月色》等改编成电视小说和电视散文，此外还创作了当代题材的《小巷通向大街》、《零点归来》等电视小说作品。这些作品共同的特点是更加看重文学原著的叙事结构、语言表现形式，而非小说的戏剧性，从而在电视屏幕上鲜明地树立起了电视小说的旗帜。1987 年 11 月 1 日至 5 日，江苏电视台组织召开了全国首届电视小说学术研讨会，专注于对电视文学节目进行理论研讨和理论建设。

从 1985 至 1988 年，中央电视台推出《戏曲欣赏》、《百花园》、《电视剧场》、《文艺天地》、《旋转舞台》、《短剧与小品》等文艺栏目。在这段时间内，地方电视台也开办了一批各具特色的文艺栏目，如北京电视台的《五彩缤纷》，上海电视台的《笑一笑》，天津电视台的《画中画》、《戏曲之花》、吉林电视台的《艺林漫步》，湖南电视台的《星期文艺》，安徽电视台的《舞台精英》，陕西电视台《秦之声》，广东电视台的《南粤戏曲》等。这些栏目的出现，使电视文艺节目的面貌大为改观，真正显示了电视文艺节目丰富多彩、生动活泼的特征。更为重要的是，这些栏目改变了以往电视文艺节目播出的无序现象，实现了栏目化播出。各栏目分工明确、个性鲜明、制作规范、播出时间固定，既有利于观众的节目选择，也有利于培养电视文艺节目专业人才，从而使电视文艺节目呈现出喜人局面。

1992 年 5 月，江苏电视台开辟了全国第一个电视文学栏目《文学与欣赏》，在第一套节目综合频道每周日晚的黄金时间播出。这个栏目着重介绍文学作品，推出文学新人，评论文学现象，辟有《电视诗》、《电视散文》、《电视小说》、《作家风采录》、《文学评论》、《处女地》等板块，既有对文学作品的赏析，又有对作品的评析和对作家的介绍。1994 年 3 月，《文学与欣赏》推出一部较全面反映汪曾祺文学生涯和文学成就的电视纪录片《梦故乡》，有人称之为“电视文学片”。

1993 年，上海东方电视台举办了全国电视散文大奖赛，其中优秀作品有东方电视台的《夏天的羡慕》和福建电视台的《在路上》等。这次大奖赛，为全国电视文学节目爱好者和创作者提供了学习借鉴彼此经验和心得的平台，同时也集中将一批优秀的电视文学作品推荐给了广大电视观众。

1994 年，中央电视台艺术委员会召开了电视散文观摩研讨会，对电视散文这种新兴电视节目形态给予了很高的评价。

1995 年，在第四届江苏电视艺术节期间，由江苏电视台发起的电视文学节目观摩研讨会同时举行，来自北京、上海等全国各地的专家、学者以及 10 家电视台的 40 余位编导集中观摩了 10 家电视台提供了 30 余个电视文学节目。

1995年以后,陆续有青岛电视台的《人生TV》、辽宁电视台的《三原色》、浙江电视台的《文学工作室》等电视文学栏目开播。

1998年2月1日,中央电视台《地方文艺》栏目推出了"'98全国首届电视诗歌散文展播",从1998年2月1日播出第一期至1999年1月17日播出最后一期,共制作播出了26期共93部电视诗歌散文作品。截至2005年底,该展播进行了8届,推出了大量优秀的电视诗歌散文作品,成为全国电视诗歌散文创作的中坚力量,代表了全国电视诗歌散文创作的最高水平,受到了广大电视诗歌散文爱好者的欢迎。

电视文学节目的起步是从电视小说开始的。然而发展到成熟阶段,电视小说却只占很少的数量,甚至有销声匿迹的倾向。电视诗歌,尤其是电视散文逐渐成为电视文学节目的中坚力量。电视小说和电视报告文学之所以逐渐消失,与电视剧和电视深度报道在创作手法上的成熟有关。电视小说和电视报告文学同属叙事性文本,前者是虚构性文本,与电视剧属于同一范畴;后者是纪实性文本,与电视新闻节目中的电视深度报道属于同一范畴。可以说,电视文学节目的典型代表是中央电视台综艺频道的《电视散文诗歌》栏目。

1993年3月,中央电视台《百花园》栏目改版为《东西南北中》,栏目以播出音乐电视为主,使来自西方的音乐电视节目形态中国化,极大地推动了中国电视音乐节目的发展。仅1993年,中国内地就拍摄了400余部音乐电视作品。同年,中央电视台还举办了首届中国音乐电视大赛。当时考虑到各音像公司以经济效益为创作出发点的情况,中央电视台筹集力量拍摄了一系列以艺术价值为首要出发点的内容健康、风格多样的音乐电视作品,如《长城长》、《我的梦》、《轮椅上的梦》、《流浪的燕子》、《牵手》等,显示出中国内地音乐电视作品创作的独特风格。

另一个在音乐电视方面起到推动作用的节目,是中央电视台1993年5月1日正式开播的《东方时空》中的《东方时空金曲榜》板块。《东方时空金曲榜》本着新歌、名家的主旨,着重推出原创流行音乐,影响甚广,功不可没。

1994年4月1日,中央电视台开办了《中国音乐电视》栏目,这是中国内地第一个音乐电视(MTV)的专门栏目。该栏目起初每两周在中央电视台第二套节目经济频道中播出一次,后应观众要求在第一至第四套节目每周播出一次,每次30分钟,内容以国内最新的音乐电视精品为主,同时兼顾热心观众点播和海外创作动态,并设立曲目排行榜。音乐电视如今已经成为绝大多数音乐制作人制作音乐时必不可少的手段,电视化了的音乐已经极大地影响了音乐的发展,成为电视屏幕上一道亮丽的风景。

2004年1月6日至7日,中央电视台《中华情——全球华语优秀原创歌曲大型演

唱会》、《中华情·爱在人间——全球华语优秀原创歌曲大型演唱会》先后在北京工人体育馆录制完成，分别于农历正月初三、初七在中央电视台第四套节目中文国际频道播出。这两场演唱会是中国内地首次全部采用高清晰电视设备录制的演唱会。

2008年1月1日，国务院规定将清明节、端午节、中秋节新增为国家法定节假日。这几个节日有着悠久的历史渊源、深厚的文化内涵、丰富的民俗活动，是全民性的节日，为全球华人普遍重视。在纪念这些传统节日的方式上，全国多家电视台不约而同地选择了诗词朗读的形式，如中央电视台的《2008新年新诗会》、《2008清明诗会》、《放诵中国节·端午寄情》、《我们的节日·中秋·中华经典诗文诵读》，江苏卫视的《中华经典朗读·清明篇》，湖南卫视的《中华经典诵读》，东方卫视的《月圆花好——2008中秋晚会》等，用电视文艺节目的形态诠释中华民族的人文血脉和思想精华。

## 第三节　电视晚会节目

### 一、定义

电视晚会节目是指在某一特殊时间，为营造某种氛围，以配合某一重大主题内容的宣传，而特别组织的以综合性文艺表演为主的文娱类电视节目形态。

### 二、分类

按照节目内容的性质，电视晚会节目形态大致可细分为节庆性晚会节目、专题性晚会节目、行业性晚会节目等三种亚形态：

节庆性电视晚会节目指的是在重大的国家性、民族性、民俗性节庆期间，为营造欢乐喜庆或纪念的氛围，丰富广大电视观众的精神娱乐生活，而特别组织的以电视综合文艺演出为主的电视晚会节目形态。

专题性电视晚会节目指的是为配合某一时期的某一中心工作的宣传，而特别组织的具有统一的主题、统一的思想的以电视综合文艺演出为主的电视晚会节目形态。

行业性电视晚会节目指的是按照某一行业所要求、所规定的主题与内容，而特别组织的具有明显的行业特点和行业目的的以电视综合文艺演出为主的电视晚会节目形态。

## 三、主要特征

### (一)主题的时代性

一部作品的主题应该具有鲜明的时代性，散发时代的气息，跳动着时代的脉搏。电视晚会节目，尤其是节庆类晚会节目的主题元素正是如此。譬如，1983 年以来，中央电视台历届春节联欢晚会都有一个明确的主题定位，节目取舍均以主题定位为最高原则，比如：1983 年，“团结、欢乐、希望”；1984 年，“爱国、统一、团结”；1985 年，“团结、奋进、活泼、欢快”；1986 年，“团结、奋进、欢快、多彩”；1987 年，“团结、向上、喜庆、红火”；1988 年，“团结、奋进、欢快”；1989 年，“团结、欢乐、向上”；1990 年，“团结、和谐、欢快”；1991 年，“团结、欢快、多彩”；1992 年，“团结、欢乐、祥和”；1993 年，“团结、祥和、自豪、向上”；1994 年，“团结、自尊、奋进、企盼”；1995 年，“家庭的团聚、各民族的汇聚、炎黄子孙的凝聚(亲情、友情、乡情)”；1996 年，“欢乐、祥和、凝聚、振奋、辉煌”；1997 年，“团结、自豪、奋进的中国人”；1998 年，“中华民族春节大团圆，万众一心迈向新世纪”；1999 年，“欢声笑语张灯结彩春节大团圆，载歌载舞万众欢腾迈向新纪元”；2000 年，“江山多娇跨世纪，龙腾报春迎复兴”；2001 年，“新世纪、新希望、新生活”；2002 年，“祖国颂、社会主义颂、改革开放颂、弘扬与时俱进的时代精神”；2003 年，“凝聚力和自信心，团结奋进、热烈欢快”；2004 年，“欢乐、联欢、亲切、振奋”；2005 年，“盛世大联欢”；2006 年，“天地人和万事兴”；2007 年，“欢乐和谐中国年”；2008 年，“和谐盛世，团结奋进”；2009 年，“中华大联欢”；2010 年，“龙腾虎跃”；2011 年，“欢天喜地，创新美好生活；欢乐笑语，共享阖家幸福”。

可以看出，实际上中央电视台每年春节联欢晚会的主题都没有太大的变化。尽管 2008 年春节联欢晚会突出了奥运主题，并且由于南方冰冻雪灾临时关注灾民的议题，对传统主题格调似乎有所冲淡，但正因为春节联欢晚会所承载的厚重期望值，在唱颂歌舞升平的同时，应当体现这种人文关怀，彰显国家媒体的社会责任，这恰恰成为中央电视台春节联欢晚会数月筹备过程意料之外的新看点。中央电视台 2009 年春节联欢晚会则以全球化的眼光，突出了中华特色，彰显了中国风格和中国气派，在一定程度上给全球华人送去了欢庆和温情。特别是爱尔兰踢踏舞团表演的《大河之舞》，在让全国电视观众印象深刻的同时，也让全球电视观众赏心悦目，堪称 2009 年春节联欢晚会的最佳创意之一。2010 年春节联欢晚会更为注重青春、激情和时尚感，邀来了许多重量级明星助阵，尤其是王菲的复出演唱、小虎队重聚，以及赵本山的新作，都赚足了人气。

总之，中央电视台春节联欢晚会通过安排围绕主题，结合审美上服务于主题的生动活泼、幽默风趣的文艺节目，秉承了中华民族传统文化的精髓，形成了独特的主题定式和风格：一是注重家人之间的亲情感受，感受父慈子孝、兄友弟恭、夫妻和顺的人伦温情；二是依次向外推广，注重亲朋好友之间和邻里乡亲之间的和睦相处；三是在更大的圈层上，追求神州大地 56 个民族乃至全球炎黄子孙一家亲。

### (二)时长的规模性

电视晚会节目一般都比较长，节目的时长在 90—180 分钟之间，要在这样长的时间里持续地吸引住观众，其整体策划和艺术风格必须做到生动活泼、幽默风趣、高潮迭起、生活气息浓郁，力求达到思想精深、艺术精湛和制作精致的目的。

电视晚会节目的拍摄和传输，已从最早的数架发展到数十架摄像机，从轨道和摇臂发展到升降机的使用，从演播室发展到场馆，再发展到异地互传、卫星全球传送。在摄像机的引导下，人们的视觉功能得到极大的延伸，对艺术的感受也得到了新的升华，而镜头的合理组接更产生了意想不到的神奇效果。这些都保证了晚会长时间传播的精彩程度。

### (三)播出的时效性

电视晚会节目通常具有较强的时效性，以实现相应的宣传功能。为此，电视晚会节目多采用现场直播的形式，以强化现场感，增强感染力。

电视从诞生之时就是直播的。录像机发明以后，电视晚会节目普遍采用了录播方式，由于录播方式缺乏播出与收视的共时性，从 1983 年中央电视台春节联欢晚会开始，中国电视晚会节目重新采用了直播方式。现场直播使节目演出时间与播出时间处于一个时间段上，荧屏内的演员、现场观众与荧屏外的观众有了共时性的情感体验，人们产生了亲切感和参与感，从而获得了类似于剧场看剧的审美效果。通过热线电话和网络直播渠道，观众从一个旁观者变成了参与者，在想象着、体会着演播现场的气氛，并把这种气氛加以内化，从而获得了极大的审美满足。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958—1982)

在这个时期，电视晚会节目是以舞台演出的实况转播为主。其基本形态是将舞台

上演出的文艺节目，运用先进的电子技术，完整地、艺术地通过微波与卫星等现代化的传播手段，使不同地域的观众，在同一时间里共同收看观赏到在千里之外甚至万里之外的表演场地的文艺节目。这样，不仅使电视机前的观众感受到身临其境的现场气氛，而且也培养起电视观众的参与意识。鉴于当时的技术条件和电视编导的实战经验，舞台演出的实况转播针对电视文艺节目编导对节目的整体策划和设计、画面的艺术处理、场地的灯光舞美音响，以及小节目与小节目之间的转场等，均提出了很高的技术要求，同时也由于上述的技术问题，大大限制了电视晚会艺术性的呈现。

1958 年除夕，北京电视台播出了一部联欢晚会性质的电视片，当时很多大师都曾经出镜，如京剧大师梅兰芳、相声大师侯宝林、人民艺术家老舍等，但这种节目形态并没有延续下来。

1958 年 12 月 31 日，上海电视台播出欢庆新年文艺晚会，节目有沪剧、越剧、淮剧、评弹、民乐演奏、管弦乐演奏、独唱、合唱、表演唱、相声、杂技、舞蹈、朗诵等，参加晚会演出的有 15 个专业和业余文艺团体。

1959 年 10 月 1 日，北京电视台通过电缆传送，实况转播了在天安门广场举行的庆祝建国十周年的文艺晚会。这是北京电视台首次实况转播规模比较大的文艺演出活动。

1960 年春节，北京电视台首次在演播室内播出了自己组织排练的综合性文艺晚会。这次晚会集诗朗诵、相声、戏曲、歌舞等为一体，是“国内第一次有剧本的综艺晚会”①，可以视为中央电视台春节联欢晚会的发端。而到 1963 年春节，联欢晚会的时长已有 4 个小时了，初步具备了比较常见的节目形态，像歌曲、舞蹈、相声等。

电视节庆晚会的出现，表明电视在与文艺结合的过程中，开始有意识地从文艺节目电视化的角度进行了一系列的创新，从而逐渐形成了具有中国特色的电视晚会节目形态。

20 世纪 60 年代初，北京电视台还先后举办了 3 次《笑的晚会》。

第一次《笑的晚会》在 1961 年 8 月 30 日播出，内容全部是相声，电视导演是笪远怀。晚会播出后收到 100 余封观众来信，对这个节目表示支持，并要求再办。

受到鼓舞的北京电视台于 1962 年 1 月 20 日举办了第二次《笑的晚会》。这次仍以相声为主，但为了弥补前次晚会单纯以相声语言艺术为主、视觉形象不够丰满的不足，增加了其他形态的喜剧节目，如话剧片断、独角戏、笑话等。这台晚会开始聘请名

---

① 苗棣、任阳梅：《我国电视节目类型的发展与创新》，载《电视研究》2008 年第 10 期。

演员担任艺术指导，总导演是耿震，电视导演是王扶林。演播时参考外国电视台的做法，布置了一个茶座式景区，演员分散围坐着，具有既是表演者又是剧场观众的双重角色，使晚会气氛更加轻松活泼。

在一片赞扬声中，北京电视台又在1962年9月30日举办了第三次《笑的晚会》。这次晚会的艺术指导是北京电影制片厂导演谢添，特邀导演是青年艺术剧院的杜澎，电视导演是王扶林等。这次晚会试图改变历来国庆晚会的习惯做法，标新立异，着重表演，减少说唱。晚会以电影、话剧演员表演小品为主，并动员北京人民艺术剧院、中国青年艺术剧院、北京电影制片厂、上海电影制片厂、中央实验话剧院、八一电影制片厂、儿童艺术剧院、总政话剧团等8个单位，组成了强大的演出阵容。

3次《笑的晚会》是对电视晚会节目的可贵探索。虽然由于当时的社会政治背景以及个别观众过于严肃的批评，这种娱乐性很强的电视晚会节目没有持续发展下去，但实践证明，3次《笑的晚会》的影响是深远的。

1965年，录像机开始被用于电视晚会节目的录制。1965年的元旦文艺晚会是中国内地第一次使用录像形式录制播出的电视晚会节目。录像播出的意义不仅在于可以使电视晚会节目的规模增大，在质量上做到精益求精，更重要的是，它使导演按照自己的创作意图，对各类非现场播出的文艺演出片断进行自由编辑和组合的创作方式成为可能。

1966年至1976年的“文化大革命”期间，电视晚会节目的主要形态是每年的五一劳动节和十一国庆节转播在天安门广场举行的焰火晚会。在这一特殊历史时期，电视技术的进步与电视事业的发展也使电视晚会节目从中获益，譬如1971年5月1日，北京电视台转播首都焰火晚会的实况已能通过微波传送到全国20个省、自治区和直辖市。

1978年2月6日农历除夕，北京电视台举办了迎春晚会，播送至次日凌晨1时左右。郭沫若特意为晚会写了春联“飞雪迎春到，心潮逐浪高”。杨沫、李苦禅、李瑛、于蓝、王晓棠、马季等文艺界知名人士出席并表演了节目，规模虽不大，但反响热烈。

1979至1982年，中央电视台每年都举办迎春晚会或春节文艺晚会，采用的都是录播形式，内容和形式与后来人们熟悉的春节联欢晚会有很大的不同，实质上就是一个有报幕员的文艺节目串联。由于没有摆脱政治说教为主的模式，晚会的大部分节目内容陈旧，没有吸引力，观众普遍反映缺乏节日气氛。

总之，从1958年北京电视台成立至1983年之前，除了“文化大革命”期间停播，中央电视台及其前身北京电视台年年都办春节联欢晚会，然而节目规模大小不一，节目

形态尚不稳定，一直没有形成全国性的影响。

(二)发展时期(1983—1991)

在这一阶段，电视晚会节目由以舞台演出的实况转播为主，转变为以演播室演出的现场直播为主。

随着电视事业的进一步发展，为了节目制作和播出的方便与自由，各电视台都建立起大型演播室。这样，便可在演播室里组织文艺演出，将现场的演出直接传播给电视观众，或将现场演出录制下来，经过后期剪辑再播出。演播室里的现场直播，完全是为电视观众特意安排与设计的电视文艺演出，因而在场景设计、造型处理、灯光布置、舞美等方面更加电视化，大大增强了节目的可视性。与此同时，演播室里的现场直播比剧场演出的实况转播方便、快捷、安全，使得电视晚会节目的声势大、影响广、效果好的优势，越来越被电视台与社会各界所重视，电视晚会节目的制作数量也急剧增加。

1983 年除夕 8：00 至 12：30，中央电视台春节联欢晚会在旧台址的 600 平方米大演播室面向全国进行了总长 4 个半小时的现场直播。晚会的主题是“团结、欢乐、希望”，导演为黄一鹤和邓在军。这台晚会在内容和形式等各方面都突破了过去的迎新春文艺晚会，并为以后的历届春节联欢晚会起到了奠基作用，所以，人们习惯上将 1983 年春节联欢晚会视为中央电视台首届春节联欢晚会。

1984 年除夕，鉴于当时“一国两制”的构想背景，中央电视台邀请了黄阿原、陈思思、奚秀兰、张明敏等中国香港、台湾地区的演员参加当年春节联欢晚会演出，晚会持续了 6 个小时。从此，中央电视台春节联欢晚会具有不同寻常的意义和分量。正如晚会导演黄一鹤所言：“自从 1983 年、1984 年两次春节联欢晚会以后，人们就改变了过春节的老习俗。千百年来都是由吃饺子、放鞭炮来庆祝春节，现在则变成吃饺子、看电视、放鞭炮三大活动了。”[①]从 1983 年推出至今，中央电视台春节联欢晚会创造了收视率吉尼斯纪录，并成为“全球华人共同拥有的新春仪式，一种不可或缺的新民俗”[②]。

中央电视台 1985 年春节联欢晚会进行了大胆尝试，将演出场地搬进北京工人体育场。这一设想为的是追求辉煌壮丽的大场面，却严重脱离了当时中央电视台所能提供的技术条件。结果，这台晚会虽然有一些很好的节目作支撑，但远远没有达到预期的效果，反而给观众以昏暗沉重、粗糙冗长、杂乱无章、丧失水准的印象。在 1985 年 3

---

① 黄一鹤：《难忘除夕夜——从 1983 年春节联欢晚会谈起》，载《电视研究》1999 年第 5 期。

② 胡智锋、周建新：《从“宣传品”、“作品”到“产品”——中国电视 50 年节目创新的三个发展阶段》，载《现代传播》2008 年第 4 期。

月2日的《新闻联播》中，中央电视台专门就此事向全国观众真诚道歉。

中央电视台1986年春节联欢晚会演出场地又回到了演播室内、茶话桌旁。这次晚会是一次精心之作，在不少地方有突破和创新，但基本上遵循了1983年和1984年春节联欢晚会的节目形态。

中央电视台1987年春节联欢晚会将普遍受观众欢迎的相声、小品和歌舞定为晚会的三大支柱，要求节目质量上具备较高的思想性和艺术性，以娱乐性、趣味性、知识性相结合作为创作与选择节目的标准。晚会播出后效果很好，据北京地区抽样调查显示，晚会开始后，收视率由48%猛增至80%。1987年春节期间，中央电视台又推出了各地方电视台制作的春节联欢晚会展播。这些地方电视台的春节联欢晚会基本上都是模仿中央电视台春节联欢晚会制作的，大都在演播室录制，由主持人串场，安排歌舞、相声、小品等若干节目。

中央电视台1988年春节联欢晚会在时空关系上尝试作了新的处理，在主会场以外设置分主场，部分节目采取双向传送、千里对话，使观众能同时欣赏到黑龙江健儿在冰天雪地里冬泳、广东举行花团锦簇的花会、四川人民在灯会上品尝各类风味小吃的场景，并插播中国留美学生和学者新春联欢会的录像，在茶座式的基础上大大扩展了晚会的时空。

中央电视台1989年春节联欢晚会在1000平方米演播室外增设中国剧院的演出，提前半年在全国征集节目，最后为保证质量又新创作了近70%的节目。

中央电视台1990年春节联欢晚会采取了设置戏剧、曲艺、歌舞3个代表队进行表演竞赛的构思，首次以游戏方式将竞争机制引入晚会。

中央电视台1991年春节联欢晚会广泛发动地方电视台提供优秀节目，最后播出了11个地方电视台推荐的12个节目。

(三)成熟时期(1992—)

在这一阶段，电视晚会节目进入内外景相结合并融入电视纪实片创作方法的综合创作阶段。随着电视科学与卫星通信的进一步发展和广泛使用，电视晚会节目开始使用国际上最先进的MIDI音乐设备，将大型电视投影屏幕作为舞台的背景景区，再加上使用冷烟火，使得画面与音乐有机结合，整体演出融声光画为一体，构成了立体舞台的艺术效果，形成了独特的节目形态。与此同时，电视晚会节目充分运用卫星通信传输技术进行科学的时空画面转换，使舞台表演、演播室表演与外景实况、电视短片等交相辉映，在舞台和演播室表演的画面中予以生活实景的穿插，甚至完全将文艺表演置

于生活实景之中，增强节目的生活实感和纪实感，从而大大拓展了电视晚会节目艺术表现的空间，丰富了电视晚会节目的思想内涵。

随着电视晚会节目形态不断推陈出新，其题材日益多样化，无论是喜庆的节目，还是各种重大事件、公益活动、竞赛、展示行业风采等，都成为举办电视晚会节目的理由。

1992年，为纪念毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》发表50周年，中央电视台文艺部举办了《丰收大地》晚会。晚会内容丰富，形式生动，准确地体现了党的文艺方针政策。另外，中央电视台还播出了中秋晚会节目，并与地方电视台联合制作了长春电影节晚会、沈阳秧歌节晚会、大连服装节晚会等节目。

《金鸡唱晓——1993年春节联欢晚会》第一次由卫星同步向海外传播，在中国内地、中国台湾地区、香港地区和新加坡实现了四地互传。与以往不同的是，此次春节晚会的总导演是在台长主持的招标会上胜出的，一改之前由台领导和有关专家根据日常工作考察来指派的方式。

1993年电视晚会节目频出：中央电视台和香港无线电视台在北京人民大会堂联合举办的《扶贫救灾献爱心》大型文艺晚会，通过卫星现场直播，在海内外产生了强烈反响；《日月星辰——近代史知识颁奖晚会》主题鲜明；申奥主题的《奥林匹克梦》推出了一些脍炙人口的申奥歌曲；《梅兰芳金奖大赛》及颁奖晚会影响广泛；为中央电视台成立50周年举办的台庆晚会《今宵属于你》也深受好评；9月22日至27日在四川成都举行的“’93四川国际电视节”上，有6台9场文艺晚会，其中包括现场直播的“金熊猫奖”颁奖晚会、“飞天奖”颁奖晚会等。

为纪念毛泽东同志诞辰100周年，1993年年底，多家电视台举办了大型电视文艺晚会。其中有中央电视台与湖南电视台合作的《人间正道是沧桑——纪念毛泽东诞辰一百周年文艺晚会》、北京电视台的《人民领袖毛泽东》、上海东方电视台的《上海文艺界纪念毛泽东诞辰一百周年文艺晚会》等。

1994年，中央电视台在春节联欢晚会的总体设计上充分体现了专业化特点，首次实行在3个频道同时分别播出春节联欢晚会、春节戏曲晚会、春节音乐歌舞晚会，3台晚会各有千秋。

1995年，中央电视台的《’95春节联欢晚会》、《梨花飞雪庆吉祥——’95春节戏曲晚会》，文化部的《辉煌——’95春节晚会》，陕西电视台的《’95春节晚会》都十分引人注目，其中《’95春节联欢晚会》收视率达到96.67%，成为有记录以来的节目收视最高点。

1995年农历正月初一，北京电视台举办的时长200分钟的《京城大拜年》晚会首次通过卫星向全国播放。另外，同年的《第四届中国戏剧节开幕式暨第十二届中国戏

剧梅花奖颁奖晚会》展示了中国戏曲艺术的辉煌成就和独特风采。在专题晚会方面，《黄河魂——星海音乐周开幕式音乐会》以"中华之声，民族之魂"为主题，弘扬了爱国主义和时代精神。

1995年正值世界电影诞生100周年暨中国电影诞生90周年，中央电视台直播了大型晚会《创造永恒》，以"电影与时代"、"电影与观众"、"电影与影人"三大主题为线索，全面回顾了中国电影的光辉历程，并展望了中国电影广阔的发展前景。与此相呼应，大型电影文艺晚会《世纪之光》荟萃了世界电影100年、中国电影90年的银幕精彩镜头，融纪念性、观赏性、知识性、资料性、文献性、科技性为一体，回顾了中国电影和世界电影走过的不平凡道路。

1996年，中央电视台春节联欢晚会首次实现了节目的"三地互传"——北京、上海、西安可以同一节目"接力"演出。同时其他的歌舞晚会、戏曲晚会、华人华侨联欢晚会等，也都达到了较高的艺术和技术水准。

1996年2月11日，中央电视台在革命老区河北省平山县西柏坡举办首次"心连心"慰问演出——《沃野春潮》，现场观众人数逾5万人，节目在2月23日播出后，引起强烈反响。同年4月30日，中央电视台在国有企业改革卓有成效的北京第一机床厂举办第二次"心连心"慰问演出——《五月花正红》。5月13日，中央电视台正式组建"心连心"艺术团，以纪念毛泽东同志《在延安文艺座谈会上的讲话》发表54周年为契机，在井冈山革命老区的遂川县举办第三次"心连心"慰问演出——《永远的深情》。从此，"心连心"艺术团足迹遍及边远山区、革命老区、部队、学校、工矿企业等。"心连心"慰问演出已成为一种风格独具的电视晚会节目。

中央电视台1996年举办的七一晚会、《月圆序曲——香港回归倒计时1周年晚会》、《纪念长征60周年晚会》等也广受好评。

1997年，香港回归是电视晚会节目的重点题材。中央电视台在7月2日直播了《回归颂——庆祝香港回归大型文艺晚会》。上海东方电视台也播出了《上海市庆祝香港回归祖国文艺晚会》。

1997年9月，上海东方电视台与台湾电视公司、台湾《中国时报》联合制作的《千里共婵娟——中秋月·两岸情》，通过卫星双向传送，在上海外滩和台北歌剧院广场同时举行，并由上海东方电视台和台湾电视公司电视频道播出，引起两岸观众的强烈反响。

1997年12月31日22时起连续3小时内，中央电视台与上海电视台、上海东方电视台在上海联合举办《我们共同的亚细亚——新年祝福'98新年文艺晚会》，通过卫

星向全世界逾120个国家和地区现场直播，参加晚会的有来自16个国家和地区的约400名演员。

1998年，中国南北方的不少城市都遭遇了特大洪水的袭击，全国各地电视台举办了一系列的赈灾募捐晚会，如中央电视台的《我们万众一心——抗洪赈灾募捐演出》、《抗洪精神颂》、《为了灾区的孩子——教育系统赈灾义演》，广东电视台的《风雨同舟兄弟情——广东省抗洪救灾募捐义演》，上海东方电视台的《上海各界支援抗洪救灾义演》，吉林电视台的《抗洪水 献爱心——'98赈灾义演》，河南电视台的《手挽手 心连心——抗洪救灾大型电视晚会》，湖北电视台的《风雨同舟楚天情——大型赈灾义演》，江西电视台的《情系灾区献爱心赈灾文艺晚会》，安徽电视台的《筑起我们新的长城——大型赈灾晚会》，黑龙江电视台的《为了我们的家园——赈灾文艺晚会》，北京电视台的《爱心与祖国同在——大型赈灾义演晚会》等。

1999年，在中华人民共和国建国50周年和澳门回归祖国怀抱之际，北京电视台制作了庆祝澳门回归大型文艺晚会《'99澳门》，该台晚会将新闻采访与文艺节目有机地结合起来，以情动人，精彩纷呈，气氛热烈。

国庆50周年和60周年之际，中央电视台分别圆满完成了首都各界人民庆祝国庆50周年和60周年纪念大会和群众联欢晚会的转播。这些晚会将新中国的建设成就和文艺成就结合起来，取得了很好的传播效果。

## 第四节　电视综艺节目

### 一、定义

电视综艺节目形态，也即电视综合文艺节目形态[①]，是指融歌舞、曲艺、小品、杂技、魔术等多种舞台表演类文艺节目元素为一体的文娱类电视节目形态。

较之电视晚会节目，电视综艺节目更加多种多样、丰富多彩，具有明显的栏目化播出和杂志化编排特色。

20世纪90年代初，中国经济、社会开始全面转型，娱乐方式开始逐渐多元化，电视春节联欢晚会所代表的电视晚会节目形态已经不能满足观众日益增长的娱乐需求。

---

① 有研究者认为："'综艺'不是一般理解的汉语'综合文艺'的简称，而是一个外来词，是从日语中引进的。"参见史可扬：《电视栏目和频道辨析》，中山大学出版社2007年版，第93页。

与此同时，电视频道资源的增加、电视节目内容的丰富，使得观众的选择空间也越来越大，观众开始有了根据自己的喜好来选择节目的要求和可能。电视广告、栏目时段的售买和市场开发，要求将电视晚会节目中的娱乐元素进行整合，以形成一个栏目的形态。

在这种背景下，《综艺大观》、《正大综艺》、《曲苑杂坛》等电视综艺节目纷纷出现。这一时期，作为中国文娱类电视节目形态开始形成独立栏目形态的标志性阶段，其价值取向大多为对高雅文化和传统文化的传播。

## 二、主要特征

### (一)体裁的综合性

电视综艺节目体裁的综合性主要表现在这样几个方面：

其一，如同电视艺术一样，电视综艺节目是现代科技与电视艺术的结合。电视艺术的诞生，是科技与艺术综合的结果。就其科技基础而言，它综合了声学、光学、电子学、物理学等多种自然科学和应用科学的成果。

其二，电视综艺节目体现了对各门艺术的综合。因此，它得以后发制人，广泛吸收各门艺术的优长，丰富并充实自己的艺术表现力。而且要特别说明的是，其他艺术门类艺术特点被引入电视艺术之后，已经与电视艺术这一新型艺术门类互相融合，共同形成了电视艺术自身新的特性。

其三，从文化形态的角度看，由电影与电视所构成的影视文化本身就是一种涉及社会学、心理学、美学、艺术学、传播学等多种社会科学和人文学科的综合性文化。从文化价值取向的角度看，电视综艺节目体现了高雅艺术与大众通俗艺术的综合。从电视传播的独特性和其目标观众群体的角度看，电视综艺节目拥有最大的观众群体。

其四，从电视技术的层面看，电视综艺节目还体现了各种表现手段、各种电视艺术构成元素的综合。电视综艺节目正是以其对电视艺术各种构成元素与表现手段在技术层面上的综合，体现了其艺术表现力的丰富多样。

中央电视台的《综艺大观》自开播之日起，就高举综艺性的大旗，始终坚持五花八门、一应俱全、老少咸宜的节目编排，一直将自己定位于综艺类休闲栏目，采用的是“你表演我观看”的艺术传播形式。而这其中，又以诙谐精干的小品为主，许多脍炙人口的小品大多出自这个栏目。想当年，有的演员就声称：“上不了春节晚会，上三次《综艺大

观》也值了。”①

（二）功能的娱乐性

电视综艺节目的构成元素与电视文艺节目的构成元素大体上是一致的。但电视综艺节目较之电视文艺节目，其娱乐元素更突出和强烈一些。这里强调电视综艺节目的娱乐元素，并不排斥电视综艺节目必须具有一定的思想元素和教育元素，而且要始终把思想元素和教育元素置于重要的地位。但娱乐毕竟是客观存在的社会需求，也是电视综艺节目的功能元素。电视综艺节目应该寓教于乐，通过活泼轻松的艺术形式潜移默化地对观众进行思想启迪和品德教育。中国是处于社会主义初级阶段的发展中国家，经济还欠发达，人民群众的文化生活还相对较为贫乏，收看电视仍然是亿万群众业余时间的主要娱乐方式。电视综艺节目应当注意彰显自己的娱乐元素，满足人民群众的这种正常需求。

（三）传播的参与性

电视传播是使用先进的光—电成像方式，它的拍摄和成像能够在瞬间同时完成，其传播又以电磁技术和数字技术为传媒，瞬间即可覆盖整个电视网络，诸如此类的电视的独特传播手段，都是电视之即时性传播和共享性接收的物质基础。

与此相关，电视给观众的一个重要的体验是参与感。在电视综艺节目中，电视观众的参与分为两个层面：心理参与和亲身参与或者说现场观众的参与和电视机前观众的参与。因为欣赏电视综艺节目，不同于欣赏其他古典型、高雅型的纯艺术，观众并不只是观赏者，而且还是参与者，传播者与观众之间采取的是面对面式的交流方式。这就要求电视综艺节目的内容要富有感染力，不仅要感染现场观众，而且要让电视机前的观众产生现场参与感，也就是说，电视机前的观众虽然自己并不是现场的观众或嘉宾，但也多少能通过现场的气氛、节目主持人不断地有意提示，通过想象而仿佛觉得自己也在场，也参与其中。

较之电视文艺节目，电视综艺节目大多采用演播室演播的方式，甚至直接将演播室设在外景地，把背景加以改造，使之更现代、更时尚。其节目内容尽可能多选老少咸宜的歌舞、小品等节目。特别值得一提的是，电视综艺节目开始强化主持人元素的作用。《正大综艺》最初由姜昆和杨澜主持，经过调整，由赵忠祥与杨澜搭档，赵忠祥宽厚

---

① 刘洋、林海：《综艺娱乐节目主持概论》，中国传媒大学出版社2007年版，第149页。

温和的长者风度与杨澜清纯机智的少女形象相得益彰；而《综艺大观》中的主持人倪萍能够恰当地把握主持的分寸，以真挚的笑容和同情的眼泪表现出强烈的人文关怀，赢得了观众的喜爱；《曲苑杂坛》的主持人汪文华则以典型的东方女性式的微笑服务，体现出温柔亲切的主持风格。这些不同风格都具有鲜明的个性化特征，给观众留下了深刻的印象。这种明星化的主持方式为后来新兴的其他文娱类电视节目形态所借鉴。这种新的传播方式改变了传统电视文艺节目可望而不可即的严肃面孔，具有较强的亲和力和浓厚的人文性，使观众能够从心理上打破生活与舞台的界限，真正参与到节目中来。

## 三、历史源流

### (一)发轫时期(1981—1989)

在中国内地电视台中最先实现电视综艺节目栏目化播出的是广东电视台。1981年4月12日，广东电视台推出了“综合性的杂志式文艺节目”[①]《万紫千红》。该栏目设立了《小幽默》、《轶事趣谈》、《朝见口晚见面》、《乐叔和虾仔》等广受欢迎的子栏目。

在广东经验的启示下，上海电视台先于1984年4月12日开办了电视综艺栏目《大世界》，稍后又推出了《大舞台》，两者堪称上海荧屏姐妹花。

《大世界》让观众印象最深的两个节目：一是时装表演，二是迪斯科伴奏的韵律操。《大世界》以音乐歌舞为主，《大舞台》则集京、昆、越、沪、淮等戏曲于一体，率先实现了戏曲电视化，对弘扬和传承中国传统艺术功不可没。

1984年，中央电视台试行栏目化播出，推出了《曲艺与杂技》、《周末文艺》等广受欢迎的栏目。此后，全国各级电视台的电视综艺节目纷纷走上栏目化的道路。

### (二)发展时期(1990—)

中央电视台1990年3月14日推出《综艺大观》，是中国内地第一个比较成熟的完全意义上的电视综艺栏目。

《综艺大观》是在1984年开播的《周末文艺》及稍后开播的《文艺天地》的基础上扩展起来的新品牌综艺栏目，每两周1期，每期50分钟。作为非节假日播出的“小春晚”，《综艺大观》以短小精悍的节目、轻快的编排风格、精巧的表现手法，特别是现场直

---

① 董天策：《广东电视的影响力何在?》，载《中国广播电视学刊》2009年第4期。

播的方式吸引观众的参与，由相对稳定的节目主持人与现场观众面对面交流，受到了观众的喜爱。

然而，随着电视游戏节目的兴起和竞争，2004年10月8日，走过了14年风雨历程的《综艺大观》因收视率不断走低而被《欢乐中国行》取而代之。这意味着传统电视综艺节目的鼎盛时代已经结束。

其实，在14年中，《综艺大观》一直在求新、求变、求精，节目经历了至少4次较大的改版：1994年的改版，增加了热线电话、综艺寻呼等环节和《综艺快车》、《送你一支歌》等板块，其目的在于加强观众的参与感，使节目更贴近观众、贴近生活；1995年的改版，加强了节目的包装和片花的宣传，推出了电视喜剧小品比赛，目的在于进一步加强节目的娱乐性；1996年的改版，增加了《四面八方》、《周末有约》等板块，旨在加强节目的新闻性，扩大节目的来源；1997年的改版，增加了《综艺传真》、《系列小品》、《新起点》等板块，其目的在于利用先进的卫星传播手段，追求纪实性与艺术性并举，形成系列化，不断推出新人新作。

《综艺大观》这类节目，可说是娱乐性较强的栏目化的小型综艺晚会，其目的是寓教于乐地"育人"而非以"娱乐"为本；它仍然是由电视台与主办单位投资，而非市场化的运作模式；节目中，观众参与的成分很少，现场观众的存在价值基本上就是鼓掌喝彩，唱主角的仍然是表演者与主持人，尤其是主持人，其风度仪态、文化素养、应变能力成为一个节目收视率的决定元素，20世纪90年代初的"倪萍热"可为证明。所以说，电视综艺节目本质上与号称中国人精神年夜饭的中央电视台春节联欢晚会并无区别，仍是以传者为中心的传播方式。

1988年，北京、上海、广东、福建4家电视台联合引进由泰国正大集团出资、香港制作的《正大纵横》节目，采用了以明星或名人为主的特邀嘉宾猜谜、现场观众参与的形式，获得了成功。1990年4月21日中央电视台接手后，与正大集团联合推出《正大综艺》，这是中央电视台第一次同外国公司联合制作大型电视综艺节目。"不看不知道，世界真奇妙"这句栏目宣传语曾家喻户晓，在有电视的家庭中，几乎没有人没看过《正大综艺》，它满足了观众了解世界的渴望。

《正大综艺》最初由"世界真奇妙"、"五花八门"、"名歌金曲"、"正大剧场"等板块构成。1991年1月22日，《正大综艺》更换了演播室场景，增设了80位现场观众，特邀嘉宾减少至4位，开辟了"音乐抢答"等板块，现场观众开始整体作为一个节目元素出现。

《正大综艺》侧重国外旅游知识和景点的介绍，融知识、文艺、游戏、竞赛等元素于

一身，娱乐性不断增强。在演播现场设置有各种各样的表演节目，但这些节目已不同于电视综艺晚会上的节目，其形式已从纯欣赏角度转换为具有参与性的娱乐角度。无论是特邀嘉宾还是现场观众，都可参与到节目中来。其中的游戏元素成为电视综艺节目转向电视游戏节目的过渡元素。

2010 年 9 月 18 日，《正大综艺》改版为游戏节目《正大综艺·墙来啦》，于每晚18∶00在中央电视台第一套节目综合频道中播出。改版后的节目由中央电视台主持人朱迅与深圳电视台主持人强子搭档主持。《正大综艺·墙来啦》的原型来自英国，这是中央电视台首度向国外购买综艺节目形态版权，并邀请国际制作团队来中国，对节目环节设置、嘉宾表现、音乐舞蹈等方面进行指导。新版节目每期 50 分钟，红蓝两组选手进行对抗，他们挑战的是一堵堵呼啸而来、刻有各种镂空图案的"墙"。墙移动的速度非常快，选手们要在短短几秒钟内判断镂空形状，并摆出相应姿势从空隙中穿过去。如果判断失误，就会被墙撞入水池中。节目主要邀请明星嘉宾和现场幸运观众作为选手。

1991 年 11 月 2 日，中央电视台的《曲苑杂坛》取代了原来的《曲艺与杂技》。《曲苑杂坛》以"弘扬中华传统文化，尽显民族艺术瑰宝"为宗旨，以轻松为基调，以欢乐为灵魂，巧妙融合多种艺术形式，富于新鲜感和时代感。

1994 年，河南电视台开播《梨园春》栏目，内容以展示河南地方戏曲为主。1999 年3 月栏目全面改版。新版《梨园春》摸索出一条现代电视手段和河南传统戏曲有机结合的道路，尤其是戏迷擂台赛的设置，充分调动起戏迷观众参与节目的积极性。

2000 年 1 月 27 日，中央电视台第三套节目综艺频道推出大型歌会节目《同一首歌》。节目借用歌曲《同一首歌》，以鲜明的主题为线，请来大家熟悉的歌唱家和歌手，演唱一些耳熟能详的经典老歌。虽然是商业化打造的节目，《同一首歌》巧妙地通过制作独具特色的系列大型演唱会和公益演唱会，总能邀请重量级歌手到场，赢得了观众的喜爱和好评。2009 年 10 月 9 日，随着中央电视台第三套节目正式启动改版，《同一首歌》完成了近 9 年的生命周期，告别荧屏。

2004 年 1 月 6 日，中央电视台第四套节目中文国际频道推出《中华情——全球华语原创歌曲大型演唱会》。该节目每期在不同的城市和地区录制，精粹展示内地、台湾、香港、澳门以及海外的全球华语音乐雅歌劲曲。

2004 年 10 月 8 日，中央电视台第三套节目推出《欢乐中国行》，节目内容涵盖了歌舞、戏曲、曲艺、小品等多个艺术品种，更强调节目的互动性和时尚性，而独具特色的外拍环节直接展示了举办城市的风采。

随着 20 世纪 90 年代初以来电视游戏节目、电视益智节目、电视真人秀节目等文娱类电视节目形态的兴起，电视综艺节目形态往往作为这些新兴电视节目形态的组成元素而延续其生命力。

## 第五节　电视游戏节目

### 一、定义

电视游戏节目是指大众广泛参与的、按照一定规则进行游戏和表演的文娱类电视节目形态。

所谓游戏，“是在某一固定的时空中进行的自愿活动或事业，依照自觉接受并完全遵从的规则，有其自身的目标，并伴以紧张、愉悦的感受和‘有别于’平常生活的意识”。[①] 游戏是人类生活的一项重要内容，也是电视节目构成中的重要内容。但在中国电视长期的发展进程中，游戏却始终没有获得相对独立的地位，这与社会生活状况以及电视媒体自我认识上的局限有着不可分割的联系。在传统的电视节目构成中，不能说没有游戏元素，但是大量的游戏元素并不是以独立的形象呈现出来的，而是附着于大量的电视文艺节目形态，特别是电视综艺节目形态之中。

电视游戏节目与电视综艺节目的区别在于：在传播目的上，前者大多“为娱乐而娱乐”，没有多少主题承载和太多的教化目的，而后者大多预设某种主题，带有寓教于乐的明显目的；在传播方式上，前者以人际传播为主，主持人、嘉宾、现场观众、场外观众自始至终保持对话和交流，而后者主要以我演你看为主，互动性要差得多；在运作模式上，前者以商业运作为主，商业目的强，后者一般由电视台投资，商业目的弱。

学者和业界有时也称电视游戏节目为电视游艺节目。这是有一定道理的。因为，电视游戏节目常常糅合了由嘉宾或演员在游戏间隙表演的歌曲、舞蹈、小品、相声、戏剧等综艺节目的片断，甚至还常常播放电视短片。但毋庸置疑，“游戏”是电视游艺节目的主导创新元素。

“任何游戏，正像任何信息媒介一样，是个人或群体的延伸。它对群体或个人的影响，是使群体或个人尚未如此延伸的部分实现重构。”[②]人类对于游戏有着与生俱来的

---

① 〔荷兰〕约翰·赫伊津哈：《游戏的人——关于文化的游戏成分的研究》，何道宽译，中国美术出版社 1996 年版，第 30 页。

② 〔加〕马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，商务印书馆 2000 年版，第 300 页。

爱好，电视的人际化传播特性又强化了游戏的竞争性和刺激性，在电视出现伊始就有这种观众参与的游戏节目。发展至今，其基本形态是在一个特定场所就某些游戏类别或者话题进行交流与展示，具有极强的趣味性和互动性。同时在节目中辅以丰厚的奖品、奖金来吸引观众，增加卖点。

改革开放给中国社会带来了日新月异的飞速发展。在这个社会安定、经济腾飞、文化繁荣的时期，人们对娱乐产生了爆炸性的需求，各种以游戏为核心元素的电视游戏节目应运而生。

## 二、分类

电视游戏节目大致可分为以下两大类：

一类以智慧比拼为主，如上海东方电视台的《快乐大转盘》，上海电视台的《幸福快车》，北京电视台的《开心娱乐城》、《黄金乐园》，湖南电视台的《快乐大本营》、《幸运99》，长沙电视台的《周末大轮盘》，湖北电视台的《幸运千万家》，江苏电视台的《非常周末》，浙江电视台的《假日总动员》，辽宁电视台的《七星大擂台》，云南电视台的《快乐周末》，山东电视台的《快乐直通车》，河北电视台的《大家来欢乐》，江西电视台的《非常快乐》，福建电视台的《开心 100》等。

一类以体育竞技为主，如湖南电视台的《奥运向前冲》、《智勇大闯关》，北京电视台的《赢在鸟巢》，江苏电视台的《爱拼就会赢》、《原叶·挑战 100％》，吉林卫视的《飞雪英雄会》等。

## 三、主要特征

### （一）游戏的主导性

电视游戏节目已由电视综艺节目的审美为主，转向一种另类的“审美”，也即“审丑”，观众收看这类节目的一个重要驱动力是为了目睹以明星为主的参赛者如何“出洋相”。观众从心理上变成了一个评价者。游戏内容因此成为节目主体，而歌舞、小品、相声以及少部分事先录制的其他节目反而成为辅助内容。

游戏是人的天性。古希腊哲学家柏拉图曾有“艺术与游戏类似”的说法。德国美学家席勒认为，人受到两种相反的力量——“感性冲动”和“形式冲动”的驱使，这两种力量结合在一起就是“游戏冲动”。在人类社会发展过程中，物质文明的发展使得人的游戏天性受到了压抑。电视游戏节目通过节目本身的噱头、场景的设置、主持人幽默

的语言、参与者游戏的状态等，将电视观众带入一个狂欢的现场。在充满竞争的现代社会里，电视游戏节目的这种娱乐性舒缓了人们平时的焦虑，减轻了工作的压力，让人们把追求快乐的本性释放出来。

电视游戏节目是游戏元素在原有电视综艺节目元素的基础上的叠加。这里的游戏元素是指才艺表演、杂耍、滑稽表演、戏拟模仿等表现手段。节目的主体虽然仍主要是明星艺人，但是他们一改在电视综艺节目中以本行表演为主的情形，而是主要参与到各种游戏中，以轻松、热闹、搞笑的姿态出现在观众面前。如果说电视综艺节目是在艺术表演、艺术欣赏方面下工夫，那么，电视游戏节目的主要着力点和兴奋点则集中在游戏上。

(二)明星的公众性

电视游戏节目巧妙地利用了作为公众人物的各路明星的人气，为节目的发展培养了众多忠诚的收视人群。同时，电视游戏节目也成为很多明星宣传推介自己的终南捷径。

在以《快乐大本营》为代表的电视游戏节目中，给观众留下最深刻印象的是每期节目中那些耀眼的明星。20世纪90年代，明星与老百姓的接触机会并不是很多，所以明星们对于普通观众来说还是遥远而神秘的。《快乐大本营》等节目给明星提供了一个接近观众的平台，同时也给老百姓提供了一个对明星再认识的平台。无论是中国内地的明星，还是中国香港和台湾地区的艺人，只要是当红的明星，几乎都被大同小异的电视游戏节目请了个遍。在节目中，明星们不仅要表演自己的节目，还要同大家一起做游戏。明星们神秘的面纱被揭开后，明星与观众的距离越来越近了，观众们也十分乐意了解生活中的他们。而明星的号召力是绝对不可小视的，很多观众为了自己的偶像也会心甘情愿地为电视游戏节目收视率的提高贡献自己的一份力量。

(三)互动的常态性

与电视综艺节目中可有可无的状态相比，“互动”升级为电视游戏节目不可或缺的核心元素之一。

在电视综艺节目中，明星在台上演，观众在台下看，观众虽然也可视为一个互动元素之一，但更多是作为一种附属元素。电视游戏节目打破了电视综艺节目的常规，使观众由仰视主持人和明星的被动参与者变为平视主持人和明星的有限参与者。在电视游戏节目中，既有场内嘉宾与观众的现场互动，又有场外电视观众的热线互动，全方

位调动着观众的参与热情，使节目呈现出前所未有的热烈场面。请明星带着观众，在台上台下一起做游戏、表演节目，不仅是电视游戏节目的一个大胆创举，也是一个新鲜创意，极大地提高了现场观众参与节目的热情。同时，场外观众的热线参与，不仅增加了一种新颖的节目元素，也使节目得到了及时的反馈。

## 三、历史源流

### (一)发轫时期(1993—1996)

中国内地电视游戏节目在20世纪90年代初开始崭露头角。

1993年1月24日，上海东方电视台首创全国第一个电视游戏节目《快乐大转盘》，宗旨为寓教于乐，其最大特点在于极强的参与性——演员与观众都是普通市民。节目既有室内的小型游戏、趣味问答，又有野外游戏和竞赛，气氛热烈，充满欢声笑语，每期50分钟。节目制作借用大量社会力量，电视台只有一名正式编导参与，探索了一条以制片人模式制作电视娱乐节目的新路。1994年，北京电视台推出的电视游戏节目《开心娱乐城》和《黄金乐园》也拥有极高的收视率。这些节目可谓是中国内地电视游戏节目的开山之作，在当时带动了一些省市级电视台的电视游戏节目纷纷开播。

1995年在上海召开的电视文艺研讨会将“娱乐”、“游戏”元素从电视综艺节目中突现出来，提出“电视游戏节目”这一概念。然而，时隔不久，由于此类节目出现某些问题，观众很有意见，也受到有关领导的批评，有的节目停办。

### (二)发展时期(1997—)

《快乐大本营》于1997年7月11日开播。该节目以其“广泛的参与性、多彩的娱乐性、强烈的刺激性”[①]与巧妙的构思，开播后收视率就不断攀升，不久便成为全中国家喻户晓的名牌电视游戏节目。无论内容和形式，《快乐大本营》囊括了尽可能多的吸引观众的元素：首先，节目时刻洋溢出“快乐”的信息，笑料不断。譬如“快乐小精灵”部分，当孩子单身一人面对陌生人敲门时做出的不同反应，当孩子在商场里独立购物时表现出的不同心态，当孩子被问及“长大了做什么”时那五花八门的回答，无不引起观众的笑声；在“火线冲击”部分，那富于动作性的游戏环节，在考验参与者的智力、体力、反应的同时，参与者的各种表现也在观众面前暴露无遗，笑料可谓是一个接一个。其

① 胡智锋：《电视审美文化论》，北京广播学院出版社2004年版，第316页。

次，节目内容满足了观众的好奇心。明星在参与游戏的过程中，既有智慧的闪光，更有愚笨的表现。他们在观众心目中的形象不再是完美的，而他们在游戏中的各种表现，也极大地满足了观众猎奇的心理需求。另外，游戏的结果、知识问答题的答案、诱人的奖金和奖品，无不令观众兴致盎然。这些也更增添了观众在娱乐过程中的兴奋度。

在主持人的选择上，《快乐大本营》是相当成功的。何炅、李湘在当时都是青春年少又稚气未脱的无名小卒。但他们年轻、热情、清新、有活力的特点正与节目本身的特质相符。两人在台上的举手投足都趋向生活化、不造作，打破了以往电视节目主持人“怕出错”的“一本正经”的模式，从某种程度上，起到了放松观众心情的作用。

《快乐大本营》以其清新、青春、快乐、贴近生活的游戏风格，在中国内地文娱类电视节目形态中脱颖而出，其带动的明星效应和倡导的快乐理念至今锐气不减，并为湖南卫视打造成中国第一电视娱乐媒体品牌定下了基调。

1999 年 6 月中旬国家广电总局总编室在北京顺义召开的广播电视文艺研讨会提供的材料显示，全国省级电视台创办游戏节目的有 33 家，地市级电视台创办游戏节目的有 42 家，之后又有 32 家电视台创办或引进了游戏节目。《欢乐总动员》被全国近 40 个城市的电视台引进播出，全国上下掀起一股“快乐”、“欢乐”热潮。[①] 电视游戏节目不但迅速抢占了每个周末的黄金时段，还取代了电视综艺节目在中国内地文娱类电视节目形态中的龙头地位。

以娱乐性为终极诉求的电视游戏节目，在中国内地兴起于 1998 年前后，当时以《欢乐总动员》和《快乐大本营》一北一南两大节目为代表的全新电视游戏节目概念横扫全国，几乎全国各省、市级电视台几乎都有周末黄金档的电视游戏节目。这类节目之所以创下收视奇迹，归根结底在于“具有民间狂欢节的味道，具有开放的广场结构，……充分调动了观众的参与感和积极性，人与人之间达到平等的交流，……达到亲密状态”[②]。

然而从仅仅时隔两年后的 2000 年开始，随着电视益智节目和电视真人秀节目的先后兴起，电视游戏节目一枝独秀的局面被终结，并逐渐淡出观众视野，直到 2008 年 6 月 2 日湖南卫视借中国奥运年之契机推出大型平民户外闯关类电视游戏节目《奥运向前冲》，电视游戏节目才又重新成为收视新宠。

如果说才艺选秀类电视真人秀节目《超级女声》和《快乐男声》是打造平民明星之路，那么《奥运向前冲》则是展示平民身份及其快乐，突出的就是多元化的平民生活，发

---

① 刘宏：《透视中国电视的娱乐节目热》，载《新闻战线》2000 年第 6 期。

② 陈默：《电视文化学》，北京师范大学出版社 1998 年版，第 63 页。

现、体验、展示其生活中的快乐，而非制造娱乐。可见，这档节目之所以有所超越，在于其过人的理念。它展示了许许多多普通人的快乐，真正体现了重在参与的奥运理念和全民运动的本质，同时满足普通人的需求也正是电视的立命之本。[①]

2008年7月20日，湖南卫视又推出了《智勇大闯关》。该栏目设置了重重关卡，不但要考验选手的体质和勇气，更要考验选手的智力。

湖南卫视的《奥运向前冲》与《智勇大闯关》一起，迅速在全国掀起了一阵趣味闯关旋风。

2008年8月18日，江苏电视台城市频道推出大型户外水上闯关类游戏节目《爱拼就会赢》。该节目全程共设置了“翻山越岭”、“拳打脚踢”、“连滚带爬”、“金鸡独立”、“空中迷宫”等5个环节。

2009年1月1日，吉林卫视推出大型户外冰雪闯关类电视游戏节目《飞雪英雄会》，每周一至周五晚19：30播出，每期45分钟。节目中设置了“疯狂雪滑梯”、“君子好球”、“风雪独行”、“冰上漂移”、“攀冰”等闯关环节，具有浓郁的东北冰雪游戏特色。

2009年12月26日，北京电视台体育频道推出大型户外冰雪闯关类游戏节目《赢在鸟巢》。该节目闯关游戏共有6道关卡，道具全都搭在冰雪上，栏目组为参赛选手还精心准备了各种奇形怪状的服装，包括一些卡通造型如超人、机器猫、孙悟空等形象的全套装备，让大家在游戏赛场上充分释放自己，全部闯关成功的选手将赢得大奖。

2009年5月17日起，江苏卫视在每周日晚21：30，推出大型闯关类游戏节目《原叶·挑战100％》。该栏目汇聚了全球最新奇的游戏并加以创新，并邀请亚洲最顶尖的道具师设计制作游戏道具，全程安排明星与报名选手共同参加，以全球100％新奇的游戏、全程100％快乐的体验，进行全方位的潜能挑战。普通的选手与明星一起完成各种新奇的挑战闯关，在快乐惊险中体验全球顶尖的新奇游戏，最终获胜者可以获得与成龙聚会、环游世界等机会。

这些新兴的电视游戏节目形态强化了“亲民”元素和“闯关”元素，继承并发展了以《快乐大本营》为代表的早期电视游戏节目。根据游戏内容元素的差异，它们可以被定位为“体育竞技”、“拓展训练”、“游乐挑战”等，普遍具有规则设计和广泛参与的特点，打破了线性思维中“表演—观看”的二元对立。表演者与观众的身份和心理进行了平等互换，能使观众获得“照见”自己、“找到”自己的认同快感。由此，节目对观众的聚拢效应自然得到了放大。

---

① 张勇：《〈奥运向前冲〉的传播特征——平民娱乐节目的发展启示》，载《收视中国》2008年第10期。另见崔保国：《2009年：中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社2009年版，第220页。

2010年9月4日19：00，中央电视台第三套节目综艺频道推出长达120分钟的游戏节目《百团大战》。该节目以游戏对抗结合才艺表演为形态特色。在每期节目中，主持人李咏率领两支团队在舞台上进行游戏和才艺对抗。

《百团大战》是在一个面积达2200平方米的演播室进行录制，这是中央电视台动用的最大的进行日常栏目录制的演播室。同时，《百团大战》启用了国内最先进的机械装置和最新潮的舞美设计。每期《百团大战》的两个团队将进行5轮游戏对抗，在这5轮游戏对抗中，最大亮点在于《百团大战》首次将风靡全球的"快闪"搬到电视屏幕中。"快闪"是在国际流行的一种短暂行为艺术，更多地流行于网络中。许多利用网络联系的人，约定一个指定的地点，在指定的时间同时做一个引人注意的动作，然后赶快走人。

2010年9月19日星期日，具有20年历史的中央电视台品牌节目《正大综艺》回归中央电视台第一套节目综合频道，并在黄金时间18：00推出集快乐游戏、惊险闯关、机智技巧等元素于一体的季播性系列游戏节目《墙来啦》。整场节目以"墙"为媒介，设计精巧的闯关模式，以通过或损坏墙体程度为评判过关的标准，整体分为积分赛、观众幸运赛、终极赛，通过了终极赛的队伍才能获得最终大奖。同时，该节目是中央电视台原汁原味引进海外综艺节目形态的一次新鲜尝试。此前，《墙来啦》已经风靡了全球30多个国家和地区。

## 第六节　电视益智节目

### 一、定义

电视益智节目是指为得到某种物质或精神奖励，在一定规则下，大多由普通百姓参与的以智力竞赛为主要内容的文娱类电视节目形态。

随着电视游戏节目的发展，电视观众逐渐提出更高要求，观众已不满足于表面的热闹、放松和一般的博彩，新兴的电视益智节目更为广大观众所垂青。电视益智节目通常是由电视制作机构制定竞赛规则，通过主持人与选手一问一答的形式层层推进，最终成绩优异的选手可赢得某种物质或精神奖励。

### 二、分类

电视益智节目的分类主要有以下四种方法：

按照考察类型，可细分为博识型与趣味型两大类：前者如中央电视台的《开心辞典》，以考察知识储备和记忆力为主，题目比较丰富，出题要求较为严格，因此节目对问题的形式和内容多有细致的规定；后者如中央电视台的《幸运 52》，以考察理解力、联想力、表达力为主，问题设计相对宽松，更注重默契性和趣味性。

按照知识领域，可细分为综合知识类益智节目和专业知识类益智节目：前者如中央电视台的《开心辞典》、《幸运 52》等；后者如上海东方电视台音乐频道的《超级音乐通音乐强手》等。

按照参与方式，可细分为观众现场参与类益智节目和观众电话参与类益智节目：前者如中央电视台的《开心辞典》和《幸运 52》等大多数益智节目，采用的主要是观众现场参与的方式；后者如黑龙江电视台都市频道的《都市梦想》以及在贵州卫视、广西卫视、江苏卫视及多个地面频道播出的《智慧中国》等，采用的则是观众打电话参与答题并赢取奖金的方式。

按照比赛规则，可细分为两大类：一类是多人同时参加比赛，经过预先设定的若干环节，最后决定出一位或一组胜者，如早期中央电视台的《幸运 52》；另一类是在每期节目的正式比赛环节开始之前，现场出题，通过多人抢答环节，选出胜者接受主持人的正式问答，这类节目以中央电视台的《开心辞典》为代表。

## 三、主要特征

### （一）竞争的激烈性

竞争元素是电视益智节目必不可少的元素。节目紧张刺激和扣人心弦都源于游戏的竞争性。竞争元素的设置，使人们不仅在相互比试中检验了自己的能力，看到了自己的不足，更获得了放松和愉悦。

电视益智节目的竞争性，表现在两人或多人之间的比赛或单一参赛者面对规定问题的自我挑战。而构成竞争性的，则是专门设置的比赛规则。对于节目来说，如何强化竞争性，增强比赛的紧张感，游戏规则的设定是关键。一般电视益智节目的游戏规则大致分为以下两类：

一类是多人同时参加比赛竞争，经过几个环节，最后决出一位或一组胜者。譬如早期的《幸运 52》，由 3 位选手经过数轮厮杀，最后得分最高选手的获得赢取大奖的机会。它的变种是在多人竞争中每轮淘汰 1 人，直至最后。譬如《最弱一环》就由选手在每轮结束时通过投票淘汰他们中的一位。当然，这种规则也可以有其他变种，譬如像

网球赛那样的两两捉对厮杀，胜者晋级。这种规则设置的长处是每期节目都会在最后迎来节目的高潮，从而使观众有所期待。它符合观众的接受心理。但其不足则是各期节目之间缺乏连续性。为了弥补这一不足，很多节目改进了规则，即上期节目的胜者成为本期的擂主，除了获得大奖之外，还可连续坐庄，累积更大的奖项。而本期节目则仍由多位选手参加竞争，胜者获得向擂主挑战的机会，并通过挑战决出下期擂主。这样就设置了一个悬念，容易形成连续收视的效应。

另一类是以《谁想成为百万富翁》及其模仿者为代表，在每期节目的正式比赛环节开始前，都先通过一个多人抢答的环节，选出一位胜者接受主持人的问题考验。通常分为若干个问题或环节，选手每过一关就获得相应的奖励。每期节目都会有若干个选手接受考验。这类节目的优点是通过快节奏的选手答题在短时间内迅速累积起大奖，或者选手因为答题错误而快速遭到淘汰和更替，从而给予观众持续不断的与迅速增长的刺激感受。另外，每期节目结束时通常一个选手还未被淘汰，要留待下期节目见分晓。这样的设计无疑是为了使观众继续收看下期节目。但它同时又是一把双刃剑，缺点也显而易见。因为节目的高潮一般都是出现在节目中间，某位选手一路过关斩将，拿到了最高或较高的奖金，而节目结束时可能一个选手刚刚回答完一道问题，对观众构成的刺激性远远不够，从而有可能使其失去对节目的兴趣。这个问题在这类节目形态中始终没有得到很好的解决。

上述两类竞赛规则的设置都能衍生出不同的子节目形态，比赛内容也千差万别。但不论如何，需要注意的是必须在规则上有严格的设定，在节目环节、比赛进阶的关口设置上，要经过精心的计算，甚至将每一关口所占用的时间都做出精确的规定。这样才能保证节目的节奏张弛有度，制造出紧张气氛。在对节奏感的高要求上，电视益智节目形态与电视综艺节目形态是有明显差别的。

（二）互动的天然性

与其他文娱类电视节目形态相比，电视益智节目有着天然的互动性，观众的参与由有限参与演变为主动参与。

参加电视益智节目的选手大都是从普通观众中选拔出来的，电视机前的观众完全可以将这些选手与自己等同起来。这与其他主要不靠普通观众参与，而更多用明星来支撑的节目形成了鲜明对比。虽然也有电视益智节目并非靠公开选拔来决定节目的参加者，但从参加者的身份来说，也依然是普通人，他们常常被观众视为“自己人”。当他们成为节目主角的时候，就极大地调动了观众参与的热情。现在，更多的电视益智

节目采取公开选拔的方式来决定谁可以参加节目，譬如《幸运 52》和《开心辞典》都有各自从全国范围内选拔选手的方法，节目中对选拔活动动态的报道，使更多人可以主动加入进来。还有的节目通过收费电话接受观众报名。

电视益智节目中设置的求救方法也是观众参与方式之一。这些形式都是在选手对某个疑难问题举棋不定时获准使用，一般每个选手有 3 次求救的机会。除了电脑删除一半错误答案外，其他都带有观众参与的性质：CALL OUT——可以打电话给自己的某个亲戚或朋友，让他们帮助回答问题；CALL IN——这种方式只在节目是直播状态时方便使用，即请节目覆盖区域内的观众打电话进来，用按键的方式选择自己的答案，电脑迅速统计出答案的比例，供参赛者选择。同时通过收取电话费，节目还可以有一笔收入。还有一种类似的办法是让现场观众通过按键等形式帮助回答。当然，是否听取上面三种意见由选手自己决定。

观众参与是电视益智节目互动性的最大体现。这主要是通过特有的问答问题的节目环节来达成。因为收看这类节目的观众，通常都会在题目出来以后至选手回答问题之前，先自我作答，而自己的回答是否正确，则要等主持人公布答案。正是这样由一个接一个的问题—回答所形成的悬念，促成了观众最大限度的参与。

### (三)过程的纪实性

因为作假，美国的电视益智节目一度受到重挫。这使人们关注起这类节目形态的纪实性问题。但如果排除道德判断，这个问题实际上是一个伪问题。因为不管如何作假，只要在节目播出时让观众看起来是真的，就不会产生这一问题。譬如当数个备用选手在回答同一道问题以便选出一个参赛者的时候，首先比较其答案是否正确，其次比较回答的速度。这个速度通常是采取电子计时，即使计时发生错误，观众也不容易察觉。相反，即使是一个真实的结果，如果让观众看起来是假的，观众也不会原谅。所以，纪实元素在这类节目形态中真正重要的是：要让观众看起来是真的。只要做到这一点，电视益智节目种种吸引观众的元素就都具备了，观众也从中得到了娱乐，这就足够了。譬如，中央电视台《幸运 52》的纪实性在一定程度是通过主持人李咏的出色表现实现的。每次当选手回答问题时，李咏几乎都是默默无语，不做过多的解释，也不说一些仿佛具有暗示性的话语，在语气上也尽量保持一致，并且对选手的选择也尽量遵循不可更改的原则。

### (四)主题的公益性

公益元素是有中国电视益智节目的创新元素。

中央电视台《幸运52》第100期节目结合常态节目的基本形式和突出优势，以公益捐助、奉献爱心为主题，通过节目为吉林省孤儿学校的孩子们募集了32万元人民币现金和价值12万元人民币的实物，用于解决该校学生日后就读大学的费用问题。

《幸运52》2001年5月19日“让世界不再遥远”电信特别节目同样通过将娱乐性与公益性相结合的方式，为西藏堆龙德庆中学募集到30万元用于修缮网络教育基地，节目播出后获得了良好的社会反响。

而“谁都有机会”到“智慧夺大奖，知识献爱心”再到“快乐关心到永远”这三次节目理念的调整，也印证了《幸运52》走上了一条娱乐性与公益性相结合之路：以中央电视台为平台，利用其社会影响力推动整个社会公益事业的发展，使节目的思想内涵实现了质的飞跃。虽说此时的娱乐不再如从前那般单纯，但是，紧张刺激的现场气氛和热烈火爆的观众互动，仍然使观众对节目的支持热度不减。

在中国家邦文化的主导上，中央电视台《开心辞典》栏目的“家庭梦想”元素也被拓展到社会和国家层面，体现出浓郁的公益性。节目经常以主题集中的方式，策划许多公益性内容，譬如捐助希望工程、保护环境、支持申奥等，通过节目的影响带动社会更多的人群将热情和爱心倾注到整个社会大家庭。

从2004年开始，每年12月份都固定成为《开心辞典》的“爱心公益月”，推出“爱心公益”特别节目。2004年12月5日，《开心辞典》制作播出了一期公益节目“无声的世界”，邀请往期节目的冠军选手再次来到节目现场，通过答题为听力有障碍的儿童赢得善款购买助听器，共筹得善款23.4万元，可帮助156名聋儿恢复听力。

2005年12月，《开心辞典》策划了主题为“有爱就有奇迹，关注白血病儿童”的系列节目，将公益性主题进一步拓展。在这次为期一个月的活动中，选手通过答题的形式共为9名白血病儿童筹集治疗费100万元。2006年的主题是“点燃英雄的希望”，节目锁定“中国骄傲”中的平民英雄朱柱，通过活动帮助其困难的家庭和年迈的父母摆脱贫困。2007年12月29日，韩国偶像组合 Super Junior 的成员韩庚、体操名将莫慧兰、歌手胡彦斌一起做客《开心辞典》，3位明星为争夺帮助实现他人梦想的荣誉而展开角逐。

2008年9月13日开播的广东卫视《猜猜女人心》专门设置了公益捐赠环节，在轻松、思考、竞猜的过程中体现公益性。

可以说，对公益性元素的引入，表明现阶段中国电视益智节目已经开始把过程的愉悦升华为一种具有强烈人文关怀色彩的情绪；这种脱胎于中国传统文化的节目创新精神，不仅是节目制作者的社会责任意识的觉醒，同时也是建立在内省基础上的文化

理念的跨越,是电视人的一种文化自觉。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1981—1990)

在中国内地,早在1981年7月28日至11月17日,中央电视台主持人赵忠祥就与一位教师在中央电视台共同主持过一档《北京市中学生智力竞赛》节目。该节目面向全国播放,每周1场,共13场。这是中央电视台第一次举办知识竞赛节目。1985年,电影演员王姬和总政话剧团导演金翼在北京电视台主持了《家庭百秒知识竞赛》,并且准备了一些奖品。这些节目可以称得上是中国电视益智节目的前身。

1986年起,电视知识竞赛节目逐渐向全方位发展,尤其1987至1990年发展特别快。竞赛内容涉及方方面面,包括汉字硬笔书法知识、法制知识、国际知识、电视猜谜、妇女知识、《红楼梦》知识、科学与文明知识、时事政治知识、工业生产安全知识、军事知识、电脑汉字输入知识、经济法知识、国情知识、党史知识等。这些电视知识竞赛节目得到了中央、省部委的指导和社会各界的支持,产生了良好的社会影响。但一些节目专业性太强,有的类似课堂口试,只是简单的一问一答,竞赛题目也流于一般化。

### (二)发展时期(1991—1997)

1991年以后,电视知识竞赛节目数量得到控制,质量不断提高。中央电视台许多电视知识竞赛节目纳入栏目作为特别节目播出,如《人民子弟兵》栏目举办的《国防知识竞赛》(1991年7月)、《社会经纬》栏目举办的《人民调解知识竞赛》(1991年10月)和《药品管理法知识竞赛》(1991年11月)、《文化生活》和《与你同行》两个栏目先后举办的3届《全国电视书法大赛》(1986年、1991年、1995年)等。有的栏目的板块本身就采用知识竞赛形态,如《夕阳红》栏目中的《智慧老人擂台赛》板块、《与你同行》栏目中的《智慧跑道》板块等。中央电视台1991年举办的较有影响的知识竞赛有两次:一是3月下旬在各地开展知识竞赛活动的基础上连续播出了4场《全国民族知识大奖赛》(三场复赛,一场决赛);二是11月份播出的《全国台湾知识大赛决赛》。

1994年6月20日,上海电视台第八频道开办《智力大冲浪》,这是一个以竞猜和益智为主导元素的电视益智节目,每周1次,每期40分钟。该节目有着明显的海派文化定位,如小品中常常以《花样年华》、《天涯歌女》等电影中的场景为素材。节目虽然在上海的收视率和口碑都不错,但因为地域局限性,未能在全国引起轰动。

（三）成熟时期（1998—）

中央电视台的《幸运52》和《开心辞典》的开播标志着中国电视益智节目进入成熟时期。

1998年11月22日，中央电视台第二套节目经济频道推出了《幸运52》。这是一档在借鉴英国广播公司*GO BINGO*节目形态的基础上，根据中国观众的欣赏口味加以本土化改造的电视益智节目。*GO BINGO*是一档纯粹的电视博彩节目，每天的奖金高达两万英镑。英方的代理商意欲把*GO BINGO*的节目形态版权及设备卖给中央电视台。中央电视台考虑到*GO BINGO*与国情不合，决定对博彩元素进行本土化解构和改造。《幸运52》将游戏元素与知识竞赛元素融为一体，比较充分地调动了观众的参与热情。

2000年7月7日，中央电视台又推出了《开心辞典》。该节目在借鉴国外同类节目形态的基础上对其进行了本土化的改造，将电视手段的卖点与社会文化心理的卖点区分对待，保留电视手段的卖点，改善社会心理的审美文化。

《开心辞典》开播后，收视率一路飙升，在中央电视台第二套节目的排名中一度仅次于《幸运52》。毋庸讳言，《开心辞典》节目形态中具有一定的博彩元素，被选拔出来的普通观众在现场进行几轮的答题闯关，每闯过一关，就可以获得丰厚的奖品，越往后奖品也就越丰厚。在遇到不知道或拿不准的问题时，选手可以有一次请教现场观众的机会，以及一次与场外亲友进行电话求助的机会。这种方式极大促进了现场观众和电视机前的观众收看的积极性，加强了主持人、嘉宾与场内外观众的互动。节目主持人王小丫总是亲切有加，在观众赢得奖品时所表现出来的欢乐，在观众失去拿奖机会时所表现出的真心的遗憾，令许多观众评价她为“和观众一条心的小丫”。正是在这一点上，观众在紧张的答题过程中，情感依然与主持人保持着交流。

虽然不完全排斥博彩元素，但《开心辞典》通过首创“家庭梦想”的概念，对国外同类节目形态的博彩元素进行了成功的解构，在为普通人提供参与知识竞赛机会的同时，也给更多的普通家庭提供了互相表达爱心和真情的机会。事实证明，“家庭梦想”作为《开心辞典》的主要元素，吸引了更多的家庭参与和支持，促进了家庭成员之间的交流，营造出了积极向上的和谐氛围。随着节目形态不断创新，“家庭梦想”元素的外延进一步拓展到了捐助希望工程、保护环境、支持申奥等公益性内容，将观众的热情和爱心倾注到整个社会大家庭，这也就难怪该节目能较长期保持着旺盛的生命力。

以知识竞赛加高额奖品，从表面看来似乎只是与一些电视游戏节目的侧重点有所

不同，加大了知识竞赛得奖成分的比重，缩小了游戏成分的比重，可它恰好迎合了观众喜欢刺激性活动的心理，同时电视益智节目由于创意和制作的技术门槛不高，引起地方电视媒体竞相推出相似形态的节目，大有“天女散花”之势，如中央电视台的《三星智力快车》、北京电视台的《梦想成真》、广东电视台的《步步为赢》、东方卫视的《智力大冲浪》、江苏电视台的《无敌智多星》、湖南电视台都市频道的《超级英雄》、贵州卫视的《世纪攻略》、浙江卫视的《超能 E 百分》、湖北卫视《幸运智多星》、河北卫视的《猜中彩》、辽宁电视台的《智慧擂台》、重庆卫视的《魅力 21》、江苏卫视的《夺标 800》、中国教育电视台的《创想之夜》等。电视益智节目形态既“寓教于乐”，又“寓乐于教”，一时间成为当时文娱类电视节目形态的新宠。

2007 年 6 月 1 日，《幸运 52》全面改版。对于改版，《幸运 52》栏目在官方网站上这样描述：“成为升级版的大型情景互动益智节目，从立意到形式、内容有根本性变化，将颠覆观众对《幸运 52》的既有认知，以极具新鲜感、时尚感的形象精彩亮相。”其实，新版《幸运 52》不过是模仿了美国福克斯电视网 2007 年 2 月 27 日开播的电视益智节目《你比五年级生聪明吗》的形态，并进行了本土化创新。

2007 年 6 月 30 日，陕西卫视与光线传媒联合打造的《不考不知道》在陕西卫视开播，其形态与《你比五年级生聪明吗》和新版《幸运 52》大同小异：成人走入小学生的教室，与小学生一起答题；每位成年选手可以从现场 5 位小学生中选择自己的同桌；选手在考试过程中可以求助同桌，通过小学生的帮助来完成答题过程。“从受众的心理角度来讲，看大人特别是名人现场尴尬狼狈，要比边看电视边温习小学知识点的娱乐性更强。”[①]国内类似形态的节目还有天津电视台少儿频道的《你能毕业吗》、广东电视台公共频道的《五年级插班生》、深圳卫视的《谁比谁聪明》、湖南经视综合频道的《五年级救助队》、北京电视台青少频道的《动感秀场 · 超级插班生》等。

2008 年 10 月 27 日，中央电视台第二套节目经济频道全面改版，开播近 10 年的《幸运 52》于 10 月 25 日终于完成了自己的生命周期。尽管已经退出荧屏，但《幸运 52》所表现出的文娱类电视节目形态中难能可贵的教化功能和健康格调，得到了绝大部分观众以及电视业界和学界的充分肯定，在中国电视节目形态发展史上具有鲜明的绿色形态标本价值。

2008 年，湖南卫视购买了荷兰 Endemol 公司电视益智节目《以一敌百》的形态版权，并于同年推出中国内地版《以一敌百》。该节目的核心是集中凸显一个人对一百人

---

① 王莹、娜布琪：《中国益智类节目发展状况及收视分析》，参见王兰柱：《中国电视节目创新与收视——CSM 收视研究文集(第 1 集)》，中国传媒大学出版社 2010 年版，第 171 页。

的精彩，无论是参与者还是观众都能从中体验紧张、刺激、悬念、惊喜等情绪变化。

从 2008 年 9 月 13 日开始，广东卫视在每周六 20：05 至 20：55 推出阳光文化多媒体与广东卫视联手打造的电视益智节目《猜猜女人心》。该节目关注现代女性话题，邀请同样热爱生活的男性共同参与。节目以资深调查公司提供的权威女性调查数据作为节目中竞猜题的依据，由两组嘉宾作答。

2008 年 10 月 13 日，湖北卫视推出电视益智节目《有奖有法》。该栏目时长为 45 分钟，每周一至周四 20：30 播出。每期节目以情景再现的形式，讲述 3 个在日常生活中发生的与法律相关的小故事，并设置相应的法律知识问题。节目现场 60 位从普通百姓中选出的参赛者根据自己的生活积累选择答案，答对有奖，答错淘汰，最终连闯 3 关的选手共同赢取奖品。现场设置了百姓评论员的角色，他们根据自己的法律常识，从普通百姓的角度对问题发表意见。同时，现场还有 3 位律师进行最终裁定，提供正确的答案，并通过法律讲解，引导大家了解法律常识，解决法律难题。为了让观众更进一步了解相应的法律内容，屏幕上还打出相关的法律条文以加深印象。

从 2009 年 3 月 21 日开始，四川卫视在每周六黄金时段推出电视益智节目《我爱我的祖国》。该节目是四川卫视从荷兰一家公司购买节目形态版权后引进创制的。该节目的题目设计注重知识性和趣味性，曲目选择融会经典和流行，主持风格尽显诙谐和机智，节目表达出“我们是快乐的中国人”这一积极主题。

从 2009 年 5 月 14 日开始，山东齐鲁电视台在每周四晚 21：30 推出电视益智节目《所向无敌》。该节目聚焦以小学生为中心、以家庭为单位的互动形式，将国学经典文化通过幽默、轻松、生动的方式进行演绎，考察孩子们对传统文化的活学活用能力，每周诞生一名小冠军。该节目宗旨并非锁定寻找国学高手，而是希望借助节目引起更多人对国学的兴趣。

不同历史阶段，不同形态的电视益智节目有着不同的走向和目标，但有一点是共同的，就是“由对结果的关注转向于对过程的关注，新颖有趣的竞赛方式和热烈欢快的气氛营造所迸发出的审美激情，使得益智节目更容易获得不同收视群体的认可”[①]。这就为电视益智节目在发挥益智之外的更大社会影响提供了广阔的平台。

---

① 汪文斌：《我们需要什么样的益智节目——〈幸运 52〉、〈开心辞典〉的创作实践和探索》，载《电视研究》2001 年第 2 期。

## 第七节　电视真人秀节目

### 一、定义

电视真人秀节目是指对志愿者在规定情境中，为了预先给定的目的，按照特定的规则所进行的竞争行为的真实记录和艺术加工的文娱类电视节目形态。

在上述定义中，“普通人”、“志愿者”、“竞争行为”、“真实记录”更多地体现了节目的“真实”特点，而“规定情境”、“给定的目标”、“特定的规则”、“艺术加工”则更多地体现了“虚构”的“秀”的特点。根据上述概念界定，电视真人秀节目可视为由电视媒体参与制造的“媒介事件”，其目的是使“某些核心价值或集体记忆的某些方面醒目起来”。[①]

电视真人秀节目是国内学业和业界约定俗成的种叫法。美国人更经常使用Reality TV（真实电视）来指电视真人秀节目，尽管有美国学者指出：“真实电视是一个错误的名称，因为这些节目是经过高度剪辑并戏剧化了的，它已经包含了欺骗、操纵和复仇的内容。”[②]

此外，国外电视业界还有其他与电视真人秀节目（Trueman Show Game，Trueman Show Documentary）相关的名称，譬如游戏秀（Game Show）、真实肥皂剧（Reality Soap Opera）、构建的纪录片（Constructed Documentaries）、真实秀（Reality Show）等。从这些术语来看，大多包含了两个相反的意义：真实（记录）与虚构（肥皂剧、秀）。这一方面说明电视真人秀节目是一种将真实与虚构融合在一起的文娱类电视节目形态，融合了电视纪录片原生态的拍摄方式，电视游戏节目中的奖励制、淘汰制以及电视剧的戏剧化、情节化叙事方式等多种元素。另一方面显示出电视真人秀节目与电视游戏节目、电视肥皂剧、电视纪录片等形态之间的复杂联系：与电视游戏节目相比，电视真人秀节目更为凸显的是纪实元素和戏剧元素；与电视肥皂剧相比，电视真人秀节目更为凸显的是游戏元素和纪实元素；与电视纪录片相比，电视真人秀节目更为凸显的是游戏元素和戏剧元素。

所以说，“电视真人秀节目的形态并不单一：有的是在演播室进行，有的是在野外

---

① 〔美〕丹尼尔·戴扬、伊莱休·卡茨：《媒介事件》，麻争旗译，北京广播学院出版社2000年版，第3页。

② 〔美〕阿瑟·阿萨·伯杰：《眼见为实——视觉传播导论》，张蕊、韩秀荣、李广才译，江苏美术出版社2008年版，第177页。

进行;有的以现场竞赛为主,有的以生活记录为主;有的以力量、勇气、智力考验为主题,有的以性、情感关系为主题"[①]。如果对这些电视真人秀节目进行归纳的话,也难以从形式上进行明确的分类,因为绝大多数电视真人秀节目在电视手段的使用上,都具有一定的综合性,如游戏、生活记录、现场采访、后期加工、偷拍、演播室谈话等,往往都在一个节目中混合使用。所以,从内容差异上进行分类,会更具有逻辑上的清晰性。而且也往往是因为内容的差异,决定了不同电视真人秀节目在形态上的差异。

## 二、分类

电视真人秀节目的分类方法标准多种多样。

按照美国"民选奖"(People's Choice Awards)的评奖分类,电视真人秀节目被细分为比赛类电视真人秀节目(Reality Show Competition)和其他类电视真人秀节目(Reality Show Other)两大类。比赛类电视真人秀节目的主要特点是:以巨额奖金或优厚条件为吸引物,通过参赛选手在比赛过程中的激烈竞争,展现选手的个性特征,其代表节目有《美国偶像》、《恐怖元素》、《幸存者》等;其他电视真人秀节目则是将参赛者置于某一特定的情境中,强调向观众展示参赛者的"体验"和"感受",其代表节目有《简单生活》、《换妻》、《黑人·白人》等。

综合相关资料,国外电视真人秀节目大致分为纪实类、历史再现类、约会类、法制军事类、改头换面类、交换角色类、奇思妙想类、肥皂剧明星汇类、幽默展示类、真实游戏类、寻找天才类、恶搞类、模仿类等13种。

《中国电视节目形态研究》一书将电视真人秀节目形态细分为生存挑战类、才艺表演类、技能应试类、身份置换类、情境体验类、益智闯关类、游戏比赛类、异性约会类、生活技艺类等9种形态。[②]

《超越"选秀":2007年中国真实电视的转型》一文将电视真人秀节目细分为3种子形态:纪实风格类,如特殊生活环境秀和职业活动秀等;淘汰/游戏类,如求职秀和胆量秀等;自我提升/改造类,如装修秀和约会秀。[③]

胡波在《近年来国内真人秀节目素描及趋势分析》一文中将电视真人秀节目分为

---

① 尹鸿、冉儒学、陆虹:《娱乐旋风——认识电视真人秀》,中国广播电视出版社2006年版,第6页。

② 孙宝国:《中国电视节目形态研究》,新华出版社2007年版,第103—115页。

③ 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院、武汉大学"新闻传播与媒介化社会"创新基地:《中国媒体发展研究报告》(2008年卷),武汉大学出版社2008年版,第407页。

娱乐类、生活服务类、公益类、情感类等4大类。[①]

## 三、主要特征

### (一)选手的志愿性

不同形态的电视真人秀节目的选手,大多是平民百姓,而且都是志愿参加的,因此也被称为"志愿者"。

在中国内地,平民百姓成为电视真人秀节目志愿者的绝对主体。譬如,北京电视台生活频道2006年2月全新推出的一档电视真人秀节目《生活秀》,对参与表演的人不设任何门槛,不论年龄、不限职业、不分语言、不讲国籍,每个人都可以来展示才华,完成电视与观众零距离的接触。海南旅游卫视2006年5月份开播的《灰姑娘》,也是一档挖掘乡村姑娘、创造平等际遇、打造顶尖模特的大型全新才艺选秀类电视真人秀节目。

一般来说,电视真人秀节目形态从平民百姓中选取志愿者有其自身优势:从成本上看,不用花费邀请明星名流所需的巨额费用,除了奖励外,节目成本是比较低的;从观众的需要来看,平民百姓与他们的距离更近,不同职业、不同年龄、不同性格的人能满足各个阶层观众的需要;从节目自身来看,来自各个阶层的不同性格和年龄的人更能产生戏剧性,使节目充满张力。

### (二)过程的竞争性

电视真人秀节目形态不仅像电视游戏节目形态那样设置了游戏规则与环节,而且借鉴并采用了网络游戏中的PK[②]淘汰制这种层层淘汰的方式。PK淘汰制或由选手投票表决,或由观众投票决定,直到最后剩下1人、1对或1组。

不同的电视真人秀节目形态有不同的竞赛规则和环节。湖南卫视的《超级女声》赛程中有一个环节"PK赛",在中国内地最先借用了PK这个词。《超级女声》的PK其实是指两个选手互相比赛以淘汰其中一名,这往往是节目中最残酷的部分。当赛程需要淘汰一名选手时,会由专家评委评出一名表现较差的选手与观众短信投票率最低

---

① 王兰柱:《中国电视节目创新与收视——CSM收视研究文集》(第一辑),中国传媒大学出版社2010年版,第140—141页。

② PK是英文词汇Player Killing的缩写,网游术语,即单挑的意思,最初是指在游戏中高等级玩家随意杀害低等级玩家的行为。

的选手进行PK赛，如果专家选出的人选与得票最低的选手是同一人，她就将被直接淘汰。进行PK赛时，每人发表一番谈话，并清唱一首歌曲的片断，然后由大众评委进行投票，得票低的一位将被淘汰。2006年的赛制中，从10进7比赛时开始，选手在首轮演唱后，得票最低的选手须选择得票数量倒数第二或第三的选手进行PK。

湖南卫视的《挑战麦克风》每期节目有108名参赛选手分为龙队和凤队进行PK，并在各队中以幸运选举方式选出6名代表选手参赛，最终胜利的一名选手将代表龙队或凤队赢取大奖。节目奖项设置是通过机器人评委Mr. MIC的打分来判断是否过关，按不同的演唱程度获得不同等级的奖项。先是队与队的竞争，再是队员与队员的竞争，双重的竞争机制为闯关增加了难度，也增加了节目的可看性。

在电视真人秀节目中，奖金、奖品、荣誉、职位等奖励是选手参与竞争最重要和最直接的原因。奖励伴随着节目的整个过程，节目中的竞争淘汰大都是围绕着奖励进行的，最后也以胜出者获得大奖而告终。

### (三)环节的戏剧性

电视真人秀节目都设置了规定情境，也就是说，选手的产生、环境的选择、规则的制定、目标的设定等主要环节与主体框架，都是事先设定的，并大量采用了影视剧的人物环境选择与戏剧性冲突设置元素。

电视真人秀节目的参赛者大多不是电视剧主角那样的明星大腕，而是一些平民百姓，基本上都没有上电视的经历，也正因如此，节目中少了矫揉造作，多了亲切自然。但这并非说明电视真人秀节目的参赛者就没有经过选择，其实在幕后有一场场选秀活动，节目的参赛者都是从数以万计的报名者中精心挑选出来的。选择的参赛者一般应具有以下特点：其一，具有良好屏幕形象；其次，具有独特个性；其三，具有一定代表性。

其实，人物与环境的选择就为矛盾冲突的设置埋下了伏笔。从人物来看，不同阶层、不同年龄和不同性格的人在一起就必然产生矛盾冲突；从环境来看，日常化的人与非日常化的环境的冲突也是不可避免的，比如生活在大都市中的人要食用草根树皮，或“地球村”中的人要在几个月内与外部世界相隔绝，这种冲突迟早会爆发的。除此之外，还预设了许多环节：首先，设置大奖是诱发冲突的最重要的因素，多数参赛者的最为直接的目的就是赢得大奖；其次，围绕这个大奖设置了许多竞赛项目，在竞赛过程中，冲突自然会表现出来。

从冲突的类型看，主要包括人与环境的冲突以及人与人的冲突。从这个角度说，它是人类社会矛盾的一种表现。一般来说，在这种节目中，冲突的重要性远远大于合作。

（四）传播的互动性

在电视真人秀节目中，观众成为主角和明星，其参与节目的程度，更由电视益智节目中的主动参与，进一步升级为全面参与。譬如，浙江卫视的《我爱记歌词》策划了一系列主题专场，发动了更多的观众参与其中："全国麦霸城市对决"就在城市与城市之间掀起了一股"赛歌"风；"全杭州一起唱"发动了近万名群众报名，1927 位选手参加了历时九天九夜的快乐 K 歌接龙，创造"最长时间卡拉 OK 世界吉尼斯纪录"。可以说，"这种全民互动式的大联欢，把演播室转移到室外，打破了场地的局限，把节目与观众融为一体，很好地调动了广大观众的积极性"[①]。

电视真人秀节目传播的互动性主要表现在三个方面：一是利用多种传媒推介节目并招募志愿者；二是利用网络便利、快速地传播节目内容；三是利用观众参与推进节目进程。这些做法无疑包含了节目制作者吸引观众、提高收视率的利益动机，但这种行为充分满足了观众的需要，符合当代传播理念。当今的各种传媒是既竞争又合作的关系，任何一种传媒都不可能完全取代另一种传媒，只有在充分开拓自己生存发展空间的同时，不失时机地加强与其他传媒的合作，才能使自己立于不败之地。在传媒融合的时代，电视真人秀节目架起了电视与其他传媒尤其是与互联网联系的桥梁，并从中获益良多。

（五）表现的纪实性

表现的纪实性是指电视真人秀节目大量采用了电视纪录片的跟踪拍摄和细节展示等纪实方法。当前的电视观众对跟踪拍摄式的纪实节目需求越来越强烈，这也是电视新闻现场直播备受欢迎的原因。而正如细节在电视纪录片中的作用一样，电视真人秀节目中人物的言行、个性和品质等都要借助细节来表现。从某种角度上说，缺乏好的细节的电视真人秀节目是不成功的。

最后需要指出的是，电视真人秀节目中的各个元素不是简单相加在一起，而是紧密关联、交织而不可分割的。同时，电视真人秀节目既不是电视纪录片、电视剧和电视游戏节目的简单杂糅，也不是其中任何一种节目形态的副产品，它是一种新型的综合性电视节目形态，是时代和电视自身发展的结晶。

---

① 陈瑞娟：《浅析 K 歌节目的流行》，载《青年记者》2009 年第 14 期。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(2000—2002)

这一时期以野外生存类、室内生活类、爱情考验类电视真人秀节目为主流形态。

2000年6月18日,广东电视台推出的《生存大挑战·徒步边境线》是国内首个独立制作的野外生存类电视真人秀节目。该节目的创意来自于香港亚视与日本电视台联合制作的系列节目《电波少年》的启发。《电波少年》讲述了两位分别来自日本及中国香港地区的青年结伴而行,互帮互助,历经几个月的颠簸流浪,战胜了饥饿、寒冷、孤寂、疲惫,完成横越非洲的艰苦旅程的故事。

而早在1995年,广东电视人就看到《电波少年》节目,第一次了解到电视真人秀节目这种全新的电视节目形态,并开始萌生打造自己的野外生存类电视真人秀节目的创意。1996年暑假期间,广东电视台在一档以青年为对象的栏目《青春热浪》中推出了专题节目《生存大挑战》。该节目跟踪拍摄了一些大学生在兜里只有5元钱的情况下,从广州到佛山的真实经历。在接受挑战的短短几天内,大学生们凭借自身顽强的毅力,在面包店、大排档、职业介绍所和汽车服务站毛遂自荐,自谋职业,赚得餐费和住宿费,全面挑战自身的知识储备、交际能力、承受能力等。

初次尝试成功后,经过4年的反复酝酿、思考和论证,2000年6月18日至12日,广东电视台推出了第一届《生存大挑战》。该节目从全国500余名应征者中挑选出3名互不相识的“挑战者”——湖北籍青年诗人吕岛、新加坡航空公司空姐王樱和北京退伍军人张钧,要求他们每人在6个月的时间内只带一个背囊、一双运动鞋、一些药品及地图、指南针、水壶、帐篷以及4000元旅费,完成广西、云南、西藏、新疆、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁等8省、自治区的3.8万公里边境地带的旅途,整个过程历时195天。在活动过程中,贯穿着电视真人秀节目的原则:制作者制定规则;由普通人参与并全程录制播出;摄制组不能在经济上、交通上提供任何帮助。

第一届《生存大挑战》在中国内地乃至境外都产生了极大的影响,全国媒体的报道铺天盖地,中央电视台著名电视谈话节目《实话实说》曾邀请3名挑战者到演播室参加了一期《生存大挑战》专题研讨。

受到鼓舞的广东电视人以后又推出了第二届《生存大挑战·重走长征路》。适逢中国共产党成立80周年,第二届《生存大挑战》选择“重走长征路”为挑战路线,从江西瑞金正式起步,沿着当年中央红军长征行军的路线,翻越五岭、乌蒙山、夹金山、岷山、

六盘山等山脉，涉过湘江、乌江、赤水、金沙江、大渡河等河流，最后抵达甘肃会宁的吴起镇。广东电视台初选了 47 名选手，先进行野外生存训练，然后在他们中间确定了 13 男 7 女挑战者，此外还特邀了 2 名挑战者。挑战者身上没有一分钱，全程都要徒步，晚上则自带帐篷露宿。

第二届《生存大挑战》是在美国哥伦比亚广播公司《幸存者》节目已经传入中国的情况下推出的，因此，该节目借鉴了美国《幸存者》等电视真人秀节目的手法，引入淘汰机制和竞技游戏设置等电视真人秀节目元素。譬如《幸存者》中有 20 名选手参加竞赛，《生存大挑战·重走长征路》有 20 名选手参与集体角逐；《幸存者》采取淘汰方式进行竞赛，《生存大挑战·重走长征路》也通过自然淘汰和社会淘汰两种方式以引发挑战者之间的竞争。

继《生存大挑战》之后，野外生存类电视真人秀节目在中国内地不断涌现：2001 年，北京维汉文化传播有限公司联合四川电视台等多家电视台联合推出《走入香格里拉》，展现了 18 名志愿者在香格里拉为期一个月的生存竞技；2002 年，中央电视台推出《金苹果》；2003 年，浙江卫视推出《夺宝奇兵》，贵州电视台推出《峡谷生存营》；2004 年，北京维汉文化传播有限公司、广东电视台和新疆电视台联合推出《英雄古道》。

野外生存类电视真人秀节目在中国内地的发展较为曲折，一度使人对野外生存类电视真人秀节目是否适合中国国情产生了质疑。不过，这种节目形态一直顽强地延续着。2006 年，中央电视台推出《我的长征》，以纪念红军长征胜利 70 周年为主题，在主旋律的旗帜下，为野外生存类电视真人秀节目找到了新的生机。

除野外生存类电视真人秀节目外，中国内地电视制作机构还曾尝试过室内生活类电视真人秀节目——《完美假期》，以及爱情考验类电视真人秀节目——新版《玫瑰之约》，不过都是昙花一现，未能形成潮流。

2002 年夏天，北京维汉文化传播有限公司联合湖南经济电视台制作了国内第一个室内生活类电视真人秀节目《完美假期》。这档节目仿自法国室内生活类电视真人秀节目《阁楼故事》，精心挑选了 12 名男女选手，让他们在长沙市内一幢 3 层别墅中共同生活 70 天，每天 24 小时被 60 台监视器全程拍摄，度过 70 天的“完美假期”。节目每周两次在湖南经济电视台做实时纪录性播出，30 台摄制机不分昼夜监控着选手们的一举一动。从第三周起，每周选手之间互相投票进行淘汰，观众还可以投出支持票。观众人气最高的选手在当周内可免遭出局。当剩下 3 名选手时，他们共同生活 1 周，最后再由观众投票淘汰两名，优胜者奖获取 50 万元的房产。

2003 年 7 月，湖南卫视婚恋交友类节目《玫瑰之约》引入爱情考验类电视真人秀

节目形态元素，推出特别节目《玫瑰之约·红丝带》。节目讲述1位女士在9位男士中寻找自己的真爱的过程。节目组选择一个固定的居住地，将这10人集中在一起生活20天。在20天中，这位女士按照机会均等的原则与9位男士进行一连串一对一的单独约会。这些男士均隐去了职业、家境、收入、地位等各种社会背景，以自己的个性魅力参加角逐。在这20天中共有4个淘汰程序，最后只能剩下1位男士成为玫瑰先生。《玫瑰之约·红丝带》播出后获得了超高的收视率，成为湖南街谈巷议的热点话题，但同时也招致了诸多批评，认为这是把爱情当游戏。于是，新版《玫瑰之约》在保留节目形态基本不变的前提下，将人数比例调整为更为"温和"的3男求1女。具体来说，新版《玫瑰之约》分前缀、主体、后缀3个板块：在前缀板块中，展现如何"万里选一"，通过与女主角视频聊天、亲朋好友推荐等方式决出最后走入演播厅的3位竞争者；在主体板块中，通过演播室内的"玫瑰用心听"、"玫瑰新接触"、"玫瑰新感动"、"玫瑰玫瑰我爱你"等环节，决出最后胜出的男嘉宾；在后缀板块中，互有好感的男女主角将由主办方安排一个完美假期，剧组将派人全程跟踪拍摄，将过程及结果展示给观众。

由于不符合中国国情、文化传统和观众收视习惯，无论是《完美假期》，还是新版《玫瑰之约》，都很快被相关部门叫停。

(二)发展时期(2003—2006)

这一时期以才艺选秀类电视真人秀节目为主流形态。

2003年11月，中央电视台经济频道推出才艺选秀类电视真人秀节目《非常6+1》。该节目的诉求是每期帮助3位有表演才艺的普通人去实现他们的艺术梦想。在环节设置上，该节目为两步：第一步是对选手进行6天的针对性培训、包装和打造；第二步是将他们推上一个辉煌的梦想舞台，在全国亿万观众面前展示各自的"非常才艺"。整个节目轻松愉悦，环节流畅，一气呵成。节目一经播出，观众反响强烈。每一个人都有梦想，能够站在大舞台，听到掌声响起来，对于那些拥有一定表演天赋的人来说，或许是一个在心底蕴藏多年的梦。《非常6+1》运用独特的创新手法铺就了普通人的"星光大道"。

可以说，电视真人秀节目的实践，推动了中国内地文娱类电视节目形态的大众化与平民化趋势。中央电视台第三套节目综艺频道改版后推出的《星光大道》，把节目的主角交给了普通观众，在这里，放声高歌和倾情演出的是那些自愿报名的最普通甚至从来没有经过专门演艺训练的百姓。该节目"将群众文艺与电视文艺有机结合，融互动性、竞技性、知识性、娱乐性为一体，充分体现了电视文艺大众化、平民化、地域化的

特点，成功地奏响了一曲百姓的交响曲”[①]。

2005年是中国内地才艺选秀类电视真人秀节目快速发展的一年。其中，以“海选”、“全民娱乐”、“民间造星”为主要特征的才艺选秀类电视真人秀节目成为最大赢家。2005年8月26日，湖南卫视《超级女声》唱响全国。2005年10月3日，中国“超女”冠军李宇春赫然出现在美国《时代周刊》亚洲版的封面上，成为中国新一代大众文化偶像。中央电视台的《梦想中国》和东方卫视的《我型我秀》随后跟进，由此拉开全国才艺选秀类电视真人秀节目的热潮。《超级女声》、《梦想中国》、《我型我秀》都取得了不俗的收视成绩，在2005年电视真人秀节目市场呈鼎足之势。

2006年，无疑是中国内地电视史上最为喧嚣和热闹的才艺选秀年。大大小小的才艺选秀类电视真人秀节目在每个周末夜晚来临之际，轮番轰炸着所有可视的电视频道，一群陌生的男孩、女孩的名字迅速成为全国观众茶余饭后的共同谈资。

2006年3月23号，东方卫视《我型我秀》抢先启动，并首度在上海开设“新声力量训练营”。不到一个星期，2006中央电视台《梦想中国》拉开帷幕，规模和声势远远超于2005年，节目除了在北京和上海等7个定点城市设置海选现场外，还首次在网上设置赛区。仅仅过了3天，备受瞩目的湖南卫视2006年《超级女声》在长沙揭开神秘面纱。

以“新闻见长”的东方卫视2006年也调整节目策略，重拳出击打造“真实四季”。除了“释放炎炎夏日般的青春热情”的《我型我秀》之外，还推出了另外3档贯穿全年四季、内容风格各异的才艺选秀类电视真人秀节目——“带来春日般温馨感觉”的《民星大行动》、“带来秋日般收获体验”的《创智赢家》和“带来绝对冬日般劲酷体验”的《加油！好男儿》。

天津卫视2006年主推《化蝶》、《今晚谁结婚》、《我是当事人》、《成龙计划》等4档才艺选秀类电视真人秀节目，全部安排在晚上黄金时段播出。

2006年出现在中国内地电视屏幕上的才艺选秀类电视真人秀节目还有山东卫视的《天使在行动》、北京卫视的《红楼梦中人》、广西卫视的《寻找最美丽新娘》、湖北卫视的《花落谁家》、江苏卫视的《绝对唱响》、吉林卫视的《吉林之星》等。

总之，2006年中国内地电视真人秀节目竞争进一步升级和白热化，集中表现在竞赛题材元素的不断拓展和挖掘上。

从竞赛元素看，从2005年单一的以“唱”为主，扩大到“唱”、“念”、“做”、“打”、

---

① 徐瑞青：《电视文化形态论——兼议消费社会的文化逻辑》，中国社会科学出版社2007年版，第153页。

“舞”、“演”、“色”。其中，“唱”的有湖南卫视的《超级女声》，中央电视台的《梦想中国》、《星光大道》、《青年歌手电视大奖赛》，东方卫视的《我型我秀》，江苏卫视的《绝对唱响》，吉林卫视的《吉林之星》，广州电视台的《谁是飙歌王》，济南电视台的《我唱我秀》，北京电视台的《中国人唱外国歌大赛》；“念”的有中央电视台的《挑战主持人》、《大专辩论赛》，湖南卫视的《闪亮新主播》；“做”的有中央电视台的《非常 6＋1》、重庆卫视的《宝贝时代》、广西电视台的《全民星偶像》、湖南卫视的《谁是英雄》、山西卫视的《超级少年》、东方卫视的《闪电星感动》；“打”的有河南电视台的《舞林风》、深圳卫视的《功夫之星》；“舞”的有星空卫视的《星空舞状元》、东方卫视的《舞林大会》；“演”的有山东卫视的《天使在行动》、湖南卫视的《一帘幽梦》、江西电视台经济生活频道的《绝对想演》；“色”的有星空卫视的《美人关》、广西卫视的《寻找金花》、上海东方卫视的《加油！好男儿》、湖北卫视的《花落谁家》、重庆卫视的《佳洁士微笑大使选拔赛》、广州电视台的《“美在花城”飘柔广告新星大赛》等。[①]

(三)成熟时期(2007—)

这一时期以平民竞歌类、魔术表演类、婚恋交友类电视真人秀节目为主流形态。

2007 年 7 月 10 日，美国全国广播公司推出一档比才艺选秀类电视真人秀节目更平民化的全新的平民卡拉 OK 竞赛类电视真人秀节目《合唱小蜜蜂》。该节目由超级男孩乐队成员乔伊·方丹主持。节目从现场观众中随机挑选出 6 名选手，然后请他们上台演唱，并由乐队伴奏歌曲、明星引唱，但是歌曲中故意漏掉歌词，让演唱者填空，对者胜出，错者下台，经过层层淘汰，最后的冠军获得奖金 5 万美元和冠军奖杯一座。凭借超低参与门槛、简单的游戏规则、意想不到的笑料爆点及丰厚的冠军奖金，该节目迅速风靡美国。

两个多月后的 2007 年 9 月 30 日，也就是国庆节前一天的晚上，浙江卫视借鉴《合唱小蜜蜂》推出《我爱记歌词》。

而在浙江卫视《我爱记歌词》开播同一天晚上几乎相同的时间，广东卫视推出了《今夜唱不停》。

2008 年 11 月 15 日，浙江卫视又推出了《爱唱才会赢》。为了与《我爱记歌词》走差异化路线，该节目强调了游戏性和公益性。节目面向全国征集热爱音乐的观众，选手无需动人歌喉、靓丽外貌抑或超强技艺，只需要拥有足够的勇气和“爱唱”的精神，通

① 王立刚：《选秀节目有多热》，载《青年记者》2006 年第 17 期。

过简单的“开箱子”环节，就能冲击高达 10 万元的梦想公益基金。

2008 年 11 月 22 日，江苏卫视推出《谁敢来唱歌》，其节目版权购自英国独立电视台的《谁敢来唱歌》。除了 360 度全高清豪华演播厅和英伦风格舞美设计之外，江苏卫视版《谁敢来唱歌》还首次启用了由英国牛津和剑桥两所大学专家经过 1 年时间共同研发的机器分析仪“SAM”(Sound Analysis Machine)作为场上的唯一评委，为选手打分。

2008 年 12 月 1 日，湖南卫视推出《挑战麦克风》。该节目最大的特色是不比唱得好不好，只比唱得对不对，唱歌不走调的人将在这个节目中脱颖而出。选手演唱的是人们耳熟能详的歌曲，但是挑选出来的片段大多是一首歌中最难掌握的部分，譬如转音和变调等。所以往往出现这样的搞笑场面：选手一首歌都会唱，但基本不在调上，最终音频分析机器人评委“Mr. MIC”给出的分数是零。

2009 年 1 月 24 日，浙江卫视以现场直播的形式播出《我是大评委》加入湖南卫视《挑战麦克风》和江苏卫视《谁敢来唱歌》开启的音准节目“战局”。在该节目中，8 位歌手不用互相 PK，而是需要征服盛大游戏研发的“蓝巨星”演唱音准系统。“蓝巨星”在荧屏上分别对歌手的音高、音准及节奏等打分。同时节目将从现场上百名观众中随机挑选 4 人担任评委，并对场上的歌手作出名次判断，与“蓝巨星”排名一致者进入下一轮，最终选出一名“大评委”，此人有机会冲刺“终极大奖”。

2009 年 1 月 27 日，东方卫视正式推出《世博欢唱会》。该节目不比谁唱得准、谁唱得好，而是比谁的表演最有感染力，只要能让 3 位苛刻的评委忘记敲锣，唱够 90 秒就算赢。《世博欢唱会》在上海、杭州、苏州、宁波、无锡、南京、重庆等 7 个赛区展开选拔。各赛区的晋级选手于 2009 年 5 月中旬齐聚上海，最终胜出的草根歌王作为中国民众代表，可在 2010 年上海世博会的场馆献唱。

2009 年 3 月 7 日，湖南卫视推出《节节高歌》。该节目联手唱片公司，在节目当中推荐新歌新人，进入新人新歌 PK；并由每周邀请的知名音乐人担任首席音乐官选出歌曲，以每周、每月、每季度等形式，进入流行音乐新歌排行发榜，不断制造流行音乐界的颁奖盛典，聚焦观众注意力。

2009 年 8 月 8 日，云南卫视推出大型现场互动音乐歌会节目《谁最闪亮音乐现场》。该节目的特色是与腾讯网合作推出了一个国内流行音乐新歌排行榜——音乐现场 QQ 音乐新歌榜，歌迷可通过网络、手机短信和 3G 等方式进行投票，投选出最受欢迎和最具人气的流行新曲。节目以此为基础，每个周末从上榜歌曲中选择人气曲目，集合崭露头角的歌坛新人现场竞技，并邀请国内外优秀歌星登台助演。《谁最闪亮音

乐现场》秉承“坚持原创、绝对真唱”的原则，采用全部歌手现场真唱、场内场外歌迷互动的方式展现，中间还插有歌手介绍和榜外新人新曲推荐等环节，最终通过观众网络和手机投票产生出本周流行金曲，其后以相应的方式产生出月冠军和季度冠军。

中国内地类似的平民竞歌类电视真人秀节目，还有贵州卫视的《我爱麦克疯》、山东卫视的《先声夺人》、深圳卫视的《好歌最流行》、湖北卫视的《大家来唱歌》等。

2009年，中国电视真人秀节目在又集体转身掀起“魔术表演潮”。

2009年3月23日起，江苏卫视播出5集系列片《我的魔术猜想》，节目中，由4位魔术终极猜想者挑战世界目前最著名的4位魔术师——大卫·科波菲尔、克里斯安吉尔、佐藤政道以及大卫·布莱恩，对大师们的经典魔术表演之谜进行大胆的猜想。

2009年4月1日，安徽卫视大型魔术表演类电视真人秀节目《星光魔范生》举行首播发布会，宣称节目中将邀请众多明星进行魔术学习。2009年4月17日开播的第一期节目中，刘谦的师公王凯富应邀助阵，当期“魔范生”则为蔡依林。该节目每周五21：30播出，每期90分钟，将魔术表演与明星才艺选秀结合起来，节目以魔术表演为核心，通过明星的魔术表演以及魔术师对明星嘉宾的教学，最终打造出真正的明星魔术师。

2009年4月12日，湖南卫视推出大型魔术表演类电视真人秀节目《金牌魔术团》。该节目每周日19：35播出，每期90分钟，以选手参赛的模式进行，由中国台湾地区魔术师刘谦与其他3位专业评委对每位选手进行指导和点评。

2009年5月2日，东南卫视推出大型魔术表演类电视真人秀节目《全民大魔竞》。该节目每周六20：20播出，以平民魔术为主，邀请明星加盟，并在包括重庆在内的20余个城市中选拔魔术师。

从2009年底开始，婚恋交友类电视真人秀节目开始取代魔术表演类电视真人秀节目成为荧屏新宠。

2009年12月24日，湖南卫视定位于“单身潮人交友真人秀”的《我们约会吧》开播。该节目是湖南卫视与英国Fremantle Media进行模式版权合作的成果，湖南电视台正式引进购买了其电视交友节目《带我走吧》中国地区的独家专有版权，将其改造后成为目前的《我们约会吧》。节目立足当下社会交友时尚、交友需求，以单身族群为核心，在快乐的氛围、开放式结局中，搭建一个电视交友平台。

2010年1月2日，山东卫视的《爱情来敲门》开播。该节目主打“青春”、“运动”牌，在众多以谈话为主的婚恋交友类节目中显得特立独行。美丽的青年男女参与节目，通过积极向上的游戏，展示各自的个性魅力。节目中既有年轻艺人的参与，又有现

实中真实的情侣搭档，共同演绎新时代的爱恋故事。

2010 年 1 月 16 日，江苏卫视的《非诚勿扰》开播。该节目的互动形式突破了过去传统的交友方式，体现出新时代男女的婚恋观。节目中由 24 位单身女生以亮灯和灭灯方式来决定报名男嘉宾的去留，经过“爱之初体验”、“爱之再判断”、“爱之终决选”、“男生权利”等规则来决定男女嘉宾的速配成功。

2010 年 4 月 11 日，浙江电视台 6 频道推出《相亲才会赢》的姊妹篇——演播厅版“大型互动交友节目”《恋爱亮起来》。与 2009 年 2 月 16 日开播的“相亲真人秀”《相亲才会赢》不同，《恋爱亮起来》的主角们将走进演播室，以“一对多”的相亲模式，即 18 位女士通过亮灯灭灯的方式，逐一挑选演播厅里的 5 位男士。

2010 年 4 月 12 日，重庆电视台都市频道推出“大型情感真人秀”《凡人有喜》。与演播室录制有所不同，该节目采用的主要是纪实性的表现手法，经常都会跟踪拍摄 20 天左右的个人相亲过程。

2010 年 4 月 25 日，安徽卫视推出全新改版的《周日我最大·缘来是你》。该节目邀请 12 对母女参加节目，只有妈妈与女儿意见一致，才能交友成功。

2010 年 5 月 1 日，贵州卫视推出《相亲相爱》。该节目采用单一嘉宾在多个异性中选择其一的相亲模式，更关注相亲者全方位情况的挖掘和开发。除了 1 位魅力主角、5 位诱惑嘉宾，《相亲相爱》还设置了情感观察团、嘉宾亲友团。节目希望在两代人的观点交锋中，为年轻人的情感道路寻求指导性意见。节目同时设置突发事件环节，直击相亲者最真实的一面。

2010 年 5 月 28 日，浙江卫视周播栏目《冲关我最棒》的春季版《为爱向前冲》推出原定 13 期的“大型交友真人连续剧”特别节目。该特别节目试图用电视剧的理念去表现相亲者的整个相亲过程。节目最终将聚焦到几个人身上，并且像电视剧一样，设置了大结局。

2010 年 6 月 6 日，东方卫视加入婚恋交友类电视真人秀节目的热潮，推出《百里挑一》。每期节目由 1 位女嘉宾从 100 位男嘉宾中挑选合适的对象。

2010 年 6 月 24 日起，云南卫视在每周四、周五 20：08 强档推出“真实情感交友节目”《真爱无敌》。

2010 年 11 月 14 日和 11 月 15 日起，浙江卫视先后推出“大型婚恋情感节目”《婚姻保卫战》和《爱情连连看》。

# 第 5 章

# 剧情类电视节目形态

## 第一节　剧情类电视节目形态的概念界定

### 一、定义

剧情类电视节目形态，是指以剧情为文化娱乐功能主要表现载体的电视节目形态。

这里的“剧情类电视节目形态”概念的范畴要略大于“电视剧”概念的范畴，即除了电视剧以外，还包括以“剧情”为核心元素之一的电视栏目剧、电视电影和电视动画片。

经过近 50 年余年的探索和发展，以电视剧为主体的中国剧情类电视节目形态以其视听兼备、时空自由的叙事优势，题材丰富、类型多元的形态优势，以及家庭性观赏、连续性播出的传播优势，逐步成为当代中国观众茶余饭后最喜闻乐见、最雅俗共赏的“文化大餐”。以电视剧为例，目前中国内地有电视剧制作机构 2511 家，年产量保持在 500 余部 12000 集左右，平均每天生产电视剧 40 集左右，播放电视剧的频道有 1764 个，占全国 1974 个电视频道总数的 89.4%，电视剧广告收入占全国各级电视台广告收入的 50%以上，电视剧占电视节目播出总量的四分之一强、收视总量的约三

分之一。[1] 中国已成为当之无愧的世界第一电视剧生产大国和播出大国。[2]

同时，在当代中国，以电视剧为主体的剧情类电视节目形态“已经从教化走向情感消费，从严肃姿态走向娱乐表现，从艺术化走向生活化，从而实现了电视功能的回归”[3]。随着中国特色社会主义市场经济体制的确立和完善，剧情类电视节目在所有电视节目形态中最早实行了制播分离，成为中国电视节目中市场化程度最高的节目形态。播放剧情类电视节目已经成为电视媒体提高收视率、吸引广告、增加收入、扩大影响的重要途径之一。

## 二、分类

根据标准和角度的不同，剧情类电视节目形态有以下几种分类方法。

按照反映时代，可分为古代题材剧情类电视节目形态（1911 年以前）、近代题材剧情类电视节目形态（1911 年至 1949 年）、现代题材剧情类电视节目形态（1949 年至 1978 年）、当代题材剧情类电视节目形态（1978 年以来）。

按照题材内容，可分为重大革命历史题材剧情类电视节目形态、历史题材剧情类电视节目形态、军事题材剧情类电视节目形态、谍战题材剧情类电视节目形态、反腐题材剧情类电视节目形态、家庭伦理题材剧情类电视节目形态、都市言情题材剧情类电视节目形态、工业题材剧情类电视节目形态、农业题材剧情类电视节目形态、商战题材剧情类电视节目形态、武侠题材剧情类电视节目形态、传奇题材剧情类电视节目形态、神话题材剧情类电视节目形态等。

按照收视对象，可分为对象型剧情类电视节目形态、公众型剧情类电视节目形态。

按照戏剧类型，可分为正剧型剧情类电视节目形态、喜剧型剧情类电视节目形态、悲剧型剧情类电视节目形态。

按照叙事结构，可分为单本型剧情类电视节目形态、连续型剧情类电视节目形态、系列型剧情类电视节目形态。

按照核心元素，可分为电视直播剧、电视单本剧、电视连续剧、电视系列剧、电视情境喜剧、电视栏目剧、电视电影、电视动画片。

---

① 国家广播电影电视总局发展研究中心：《2009 年中国广播电影电视发展报告》，新华出版社 2009 年版，第 72 页；另见崔保国：《2009 年：中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社 2009 年版，第 220 页。

② 中国内地繁荣的电视剧市场也存在着明显的隐忧，主要表现在电视剧制作门槛偏低，像小的电视剧投资五六百万，大的也不过四五千万。而这类大手笔的投资，只有几家公司可以做得到，一般的投资多为一两千万。此外，每年从国家广电总局批出的电视剧大概是 12000 集左右，而真正能播出的只有六七千集，有近一半的电视剧无缘与观众见面。

③ 周星：《改革开放 30 年中国电视剧发展要评》，载《现代传播》2009 年第 1 期。

本书着重对最后一种分类方法中的八种剧情类电视节目形态进行较为详细的阐释。

## 第二节　电视直播剧

### 一、定义

电视直播剧是指将在演播室演出的戏剧，经过多机拍摄、镜头分切等艺术处理，运用电视现场直播的方式，通过电视屏幕传达给观众的剧情类电视节目形态。

电视直播剧的“所谓‘直播’，是指在没有磁带录音机设备的情况下，在演播室里将一出剧的表演，由摄像、录音、合成同时进行，并在电视里直接播出”①。也就是说，电视直播剧的表演、播出、观赏是同步进行的。因此，“早期的电视剧更像是话剧，甚至像今天的小品”②，但其难度甚至比话剧和小品还要大，因为演员一面为看不见的观众表演，一面要配合忙忙碌碌的摄制人员，小心翼翼，避免走出景框；而摄制人员既要考虑构图、角度、焦距，又要顾及自身的位置、声响，竭力避免弄出杂音或走入镜头，紧张忙碌，形同战斗。由于现场直播，电视直播剧的影像资料无法保存，各台之间无法交换，重播就意味着重演。

但总体来看，“直播”是电视直播剧最突出的特点：直播电视剧具有舞台剧、电影望尘莫及的宣传的时效性和广泛性；加上电视机能够深入千家万户，因而电视直播剧担当起了文艺轻骑兵的角色。

随着时代的发展，电视剧概念自然早已不局限于电视直播剧的狭义范畴，其内涵不断拓展、延伸，其形态不断衍生、裂变。

### 二、分类

电视直播剧大致可以细分为电视小戏和电视报道剧两种子形态。

电视小戏是根据虚构的事故创作的电视剧。电视小戏呈现给观众的故事带有强烈的艺术假定性。除了《一口菜饼子》，较有代表性的电视小戏还有《火人的故事》、《守岁》、《辛大夫与陈医生》、《真假医生》、《合家欢》、《娶了个好媳妇》、《穿布拉吉的姑娘》、

---

① 张凤铸：《中国电视文艺学》，北京广播学院出版社 1999 年版，第 79 页。

② 胡智锋、顾亚奇：《当前中国电视内容生产的潮流与趋势》，载《中国广播电视学刊》2006 年第 1 期。

《我的一家》、《月照东墙》、《生活的赞歌》、《新的一代》、《一打手套》、《老会计》、《一家人》、《幸福岭》、《老列兵站岗》、《比翼齐飞》、《礼物》、《少年运动员》、《李大娘》、《青春曲》、《保育员》、《三头黄牛》、《相亲》、《耕云记》、《养猪姑娘》、《长发妹》、《桃园女儿嫁窝谷》、《窝车》、《球迷》、《红缨枪》、《回声》、《韩梅梅》、《荣誉》、《暴风雨中》、《小明为什么算不出算术》、《扣子》、《真正的帮助》、《某某同志》、《莫里生案件》、《白天使》、《蓉生在家》、《共同进步》、《明知故犯》、《送盐》、《赵大化》、《绿林行》、《虾球》、《海誓》、《小松和小梅》、《白头偕老》、《卫生大演习》、《烟盒》、《表》、《羊城一家人》、《相亲记》、《江姐》、《庄稼人》、《待客》、《活捉罗根元》、《火种》、《时间走呀走》、《要多长一个心眼儿》、《岭上人家》、《在节日的晚会上》、《搬家》、《小马克捡了个钱包》、《锣又响了》、《家庭问题》、《自豪》等，其长度极少超过一个小时。

电视报道剧是根据真人真事创作的电视剧。电视报道剧所记录的是实有之事，但是这些真正发生过的事情，已不可能再被复原，只能通过演员表演进行艺术再现。几乎所有电视报道剧都是由演员扮演现实生活中的真实人物，演绎发生在他们身上的真实故事。如歌颂海军战士麦贤德的《麦贤德》、描写小英雄刘文学和恶霸地主作斗争的《刘文学》，以及反映县委书记的好榜样——焦裕禄同志的先进事迹的《焦裕禄》等，都是真人真事的艺术化再现。

## 三、主要特征

### (一)题材的现实性

电视直播剧大部分是现实题材，基本上是为配合政治形势教育而制作的，因而有着鲜明的时代特色。

从主题上看，主要有以下几类：一是忆苦思甜教育类，如《一口菜饼子》等；二是缅怀革命先烈类，如《江姐》、《三月雪》、《火人的故事》、《小八路》、《活捉罗根元》、《红缨枪》、《我的一家》、《绿林行》等；三是礼赞时代楷模类，如《党救活了他》、《焦裕禄》、《雷锋》、《刘文学》等；四是倡导新人新事新风尚类，如《女状元》、《青春曲》、《新的一代》、《辛大夫和陈医生》、《一家人》、《三条黄牛》、《相亲记》、《战斗在顶天岭上》、《桃园女儿嫁窝谷》、《一打手套》、《生活的赞歌》等。

### (二)传播的时效性

许多电视直播剧是在真人真事的基础上，经过艺术加工创作而成，往往具有很强

的纪实性和时效性。

譬如：根据上海钢铁厂工人邱财康抢救国家财产被烧伤，医护人员全力抢救的事迹，创作了《党救活了他》；根据与地主阶级作斗争的少年英雄刘文学的事迹，创作了《刘文学》；根据河南省兰考县委书记焦裕禄的事迹，创作了《焦裕禄》等。《党救活了他》从报纸报道到电视播出，相距不过 30 小时，由于时间紧，没有固定台词，演员只能根据连夜赶写的提纲边琢磨台词边排练。《党救活了他》是中国电视剧史上第一部电视直播报道剧，具有开创性意义。《焦裕禄》从剧本定稿到正式播出只用了 13 天时间，迅速及时地表现了真实感人的英雄事迹，播出后反响强烈，人们深深为主人公鞠躬尽瘁的奉献精神所打动。

### (三)形式的舞台性

电视直播剧"遵循戏剧的模式，以戏剧的美学观念为基本支撑点，它以戏剧的矛盾冲突为基础，采用戏剧结构原则，具有开端、纠葛、发展、高潮、结局等要求，遵循时间、地点、动作同一的'三一律'，戏剧情节高度集中，首重刻画和表现人物，带有较强的舞台假定性"[①]。

由于当时条件的简陋，电视直播剧的演出和播出同步进行，需要各部门的协作，一气呵成，因而带有浓厚的舞台剧痕迹，制作也比较粗糙。用当时人的话语来形容，就是"一条主线，两三个场景，四五个人物，七八场戏，六十分钟，二百个镜头"[②]。

北京电视台初期只能播出一些场景单一、情节集中、人物简单的电视直播剧。譬如《一口菜饼子》的背景只是一块灰天幕，场景只是一个草棚子和一些简单的道具。随后播出的电视直播剧《党救活了他》、《我的一家》等都是一个剧一个场景。因此，早期电视直播剧在场景的安排上多以室内景为主，类似舞台独幕剧的形态。

1960 年春，北京电视台启用了新的 600 平方米的比较正规的演播室。"这是一间中型演播室，四面都可以悬挂天幕。有灯光设备，可以同时使用 3 台便于移动的黑白摄像机。话筒装在移动车上。播出时，演员、摄像师、音响师、化服道临场人员都在屋里。导演、副导演以及配乐人员在控制室。他们面前有一排监视器、各种开关、按钮、指示灯。演出一开始，便不能停顿，要一气呵成。"[③]从此以后，多场景、多人物、播放时

---

① 《中国应用电视学》编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会：《中国应用电视学》，北京师范大学出版社 1993 年版，第 272 页。

② 蔡骧：《关于电视剧的"电影化"和"广播化"》，载《文艺研究》1982 年第 4 期。

③ 蔡骧：《关于电视剧的"电影化"和"广播化"》，载《文艺研究》1982 年第 4 期。

间长达 2 至 3 个小时的电视直播剧开始出现,譬如《新的一代》、《南方汽笛》等。而镜头切换和摄像机机位运动,又给场景设计提出了摆脱舞台独幕剧布景模式的要求,使电视布景的特色日益鲜明。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1958)

中国的第一部电视直播剧,是 1958 年 6 月 15 日北京电视台播出的时长为 20 分钟的《一口菜饼子》。该剧由陈庚根据许可在《新观察》杂志上发表的一篇同名短篇小说改编[①],由胡旭和梅阡担任导演,文英光、冀峰、化民担任摄像。全剧共有 4 个角色,由中央广播实验剧团的 5 位演员扮演——李燕扮演妹妹,余琳扮演童年时期的妹妹,孙佩云扮演姐姐[②],王昌明扮演父亲,李晓兰扮演母亲。

在叙事上,《一口菜饼子》采取第一人称的串讲方式。剧中的姐姐,既是角色的扮演者,又是串讲人。这种由串讲人引导观众进入剧情的形式,在当时苏联、匈牙利、波兰等国的电视剧中经常运用,被认为是播映效果较好的一种形式。故事讲述新中国成立后的农村,一个小女孩吃饭后,拿着一块枣糕逗小狗玩,姐姐发现后制止了妹妹,并给妹妹讲述了旧社会他们一家穷苦、悲惨的生活遭遇。那时,父母双亲带着姐妹俩出外逃荒,父亲病死在路上,母亲也病倒在一个破草棚里。姐姐到地主家去讨饭,又被地主家的恶狗咬伤了腿。姐姐逃回草棚后,看见年幼不懂事儿的妹妹正哭着要吃的,病危的母亲从怀里掏出仅有的一口菜饼子给妹妹,姐姐上前让妹妹把菜饼子留给母亲吃,在推让之中,母亲含泪死去。听完姐姐的回忆,又看到妈妈留下来的那一口菜饼子,妹妹痛悔自己忘了过去的苦难。

全剧共三场戏、两个景地,表演、摄像、录音、合成全都是在北京电视台直播间完成,采取黑白图像现场直播。“在用两间普通办公室稍加改装建成的临时演播室里,只有一个破窝棚和几件简单的日用品做布景和道具,灯光、音响设备都是因陋就简架设的。开演的信号一发出,在场所有的人都全神贯注地投入了工作。3 台台式摄像机不仅笨重,而且没有变焦镜头,根据剧情的需要和事先设计好的镜头顺序,摄像员分别拉

---

① 该剧曾在中央人民广播电台播出过,也在舞台上演出过,导演为梅阡。参见赵化勇:《中央电视台发展史(1958—1997)》,中国广播电视出版社 2008 年版,第 37 页。

② 孙佩云调走后,由邹道语接替扮演该角色。参见赵化勇:《中央电视台发展史(1958—1997)》,中国广播电视出版社 2008 年版,第 38 页。

着机器在狭小有限的场地里不停地移动位置，既要赶时间，又不能互相妨碍，还要根据景别不时更换镜头。尤其在拍摄演员表情或道具的近景和特写时，那种老式摄像机必须推到离被摄对象很近的地方，这就无形中为拍摄增添了不少麻烦和难度。再说，因为是现场直接播出，演播中的任何一点儿差错、场内的任何一点儿细小杂音，都会影响全剧的观看效果，造成不可补救的遗憾，所以全体工作人员个个屏声敛气，全神贯注、一丝不苟地操作着，直至结束。我国的第一部电视剧就是在这种简陋困难的条件下，达到了艺术表演一次完成、现场运用多机拍摄、音画同期同步播出的良好效果。"①

当然，从现在的标准来看，这部电视直播剧的制作相当粗糙幼稚：一是虽然场景安置在室内摄影棚，可它仅仅起到戏剧舞台的作用；二是虽然用的是电视摄像机，但全剧均采用了电影的摄像处理方法；三是不能存储影像资料，重播等于重拍。

尽管如此，《一口菜饼子》依然标志着电视剧这种在电子技术基础上产生的全新的屏幕演剧艺术形态的出现，显露出和传统舞台剧不同的全新特征：一是它突破了舞台剧的时空限制，在演播过程中插入了电影《智取华山》中风雨摇撼树木、闪电照亮夜空的空镜头；二是按照剧情需要搭制了布景，真实地表现了房屋漏雨的情景；三是演员的调度和表演都按照电视镜头艺术的要求进行处理，如注意捕捉人物表情的细部、突出关键动作等。

1958 年 9 月 4 日，北京电视台又播出了第二部电视直播剧《党救活了他》。该剧由胡旭、王扶林担任导演，反映的是上海广慈医院全体医务人员全力抢救为保护国家财产而大面积烧伤的炼钢工人邱财康，终于使他转危为安的真实、感人的事迹。该剧也是中国内地第一部电视直播报道剧，由高方正等人改编自 1958 年 9 月 3 日《人民日报》上的一篇通讯，从报纸刊出通讯到电视直播剧播出，间隔不到 30 个小时。

《党救活了他》虽然从内容上来讲与《一口菜饼子》一样，也具有鲜明的时代烙印，而且也采取直播形式，但还是有其自身独特的意义：首先，与《一口菜饼子》不同，该剧动用了两个演播室、一段走廊、三个景地，由三部摄像机拍摄而成；其次，镜头剪接中实景和布景的结合更为灵活自然。这些技术上的改进使其有了较为鲜明的电视特色。如果说《一口菜饼子》尚未摆脱舞台剧痕迹的话，那么，《党救活了他》则从电视的本体上进行了有益的探索：一方面，该剧在结构布局和场景衔接上都更符合电视传播特性；另一方面发挥了电视传播迅速及时的优势。

---

① 宋强、郭宏：《电视往事——中国电视剧五十年纪实》，漓江出版社 2009 年版，第 7 页。

(二)发展时期(1959—1966)

从1959年开始,电视直播剧的创作渐入佳境。

1959年1月29日,北京电视台播出电视直播剧《火人的故事》。该剧讲述在抗美援朝战争中中国人民志愿军某部攻占某高地的故事。剧中的志愿军只是做出各种形体造型,没有任何台词,代之以1位朝鲜老大爷和3位儿童4个角色用诗朗诵的形式来串讲故事,因而也被称为“电视诗剧”。

1959年除夕,北京电视台播出《守岁》。全剧由一个小女孩充当串讲人,她看着自家的大门楼,等待着从不同工作岗位回家的亲人们,最后全家人在除夕之夜团聚。编剧、导演为胡旭,摄像为文英光,主要演员有王昌明、梅阡、赵玉嵘、胡家森等。

1959年3月7日,北京电视台播出《女状元》,歌颂人民公社大办食堂运动,编剧为耿明良,导演为孟浩和王维超,摄像为文英光,主要演员有宋亚芬、于孜健、沈玲、马加奇等。

1959年4月,北京电视台播出《辛大夫和陈医生》,导演为王扶林,主要演员有王显、王昌明、郝爱民等。这是一个为了宣传破除迷信、解放思想而创作的喜剧,剧中人的姓名具有谐音的双关效果。陈医生墨守成规,对盲肠炎病人坚持开刀治疗,而辛大夫却用针灸的新方法为病人减轻了痛苦。

1959年8月,北京电视台播出《我的一家》,该剧根据陶承的同名长篇革命回忆录改编。

1959年9月30日,北京电视台播出《生活的赞歌》,编剧为高方正,导演为王扶林和梅阡,摄像为庞一农和王明远,主要演员有徐恩祥、高志煌等。该剧反映了工业战线的技术革新运动。

1959年10月17日,北京电视台播出《新的一代》,全剧播映70多分钟,是当时规模最大、播出时间最长的电视直播剧。编剧为高方正,导演为王扶林和笪远怀,摄像为文英光、王明远、庞一农,主要演员有王健、陈铎、邹道语、车轼、王昌明、李燕等。这部向国庆10周年献礼的剧作,是中国电视剧史上第一部多场景大型电视直播剧。该剧反映清华大学建筑系中工农出身的大学生,在参加首都十大建筑设计中的学习和生活情况,以及他们满腔热情地为新中国作贡献的先进事迹。

1960年2月6日,北京电视台播出《老列兵站岗》。该剧讲述了将军下连队基层锻炼的事迹。

1960年3月26日,北京电视台播出《刘文学》。该剧讲述了不畏恶势力、坚决与

地主斗争的少年刘文学的英雄事迹。

1960 年 10 月 3 日，北京电视台播出《青春曲》。该剧为响应“知识青年上山下乡”的号召而作，讲述了一个农村姑娘在城里中学毕业后拒绝留在城里工作，坚决要求回农村建设家乡的故事。编剧为曹惠，导演为王扶林和梅阡，摄像为文英光和王明远，主要演员有李燕、梅承藻、马加奇等。

1961 年 3 月 4 日，北京电视台播出《长发妹》。该剧取材于民间传说，讲述了美丽善良的长发妹为了替乡亲们夺回被山妖霸占的清泉，历尽千辛万苦，终于为民除害的故事。

1961 年 3 月 25 日，北京电视台播出《桃园女儿嫁窝谷》。该剧由蔡骧根据冯忠谱的同名小说改编，导演为白羽和梅阡，摄像为王明远和王喜明，主要演员有冯英杰、余琳、刘湛若、王昌明、车轼等。故事从富裕的桃园村姑娘爱上了贫困的窝谷村的年轻生产队长讲起。自古以来，当地流传着“有女莫嫁窝谷汉，嫁到窝谷吃不上饭”的说法。姑娘的父亲——一个“老把式”——对这门亲事坚决反对，父女之间产生了尖锐的矛盾。窝谷村的生产队长人穷志不穷，以新时代年轻人的勇气和决心，带领社员开荒育林，种植果树。他的意志和行为感动了“老把式”，最终同意把女儿嫁到窝谷村。结婚时，女儿带来的嫁妆是 300 株桃树苗，固执的“老把式”也来到窝谷村，现场指导果树栽培。全剧由评书演员、西河大鼓弦师马连登用评书形式串讲，风趣幽默，生活气息浓厚，播出后受到好评。

1962 年 1 月 13 日，北京电视台播出根据美国作家马尔兹同名话剧改编的《莫里生案件》。该剧按照当时芝加哥法庭审判记录，以高超的技艺将被告和证人在审判中的话“一字不改”地压缩在 3 小时之内，真实地反映了历史上著名的“芝加哥审判”。

1962 年 2 月 24 日，北京电视台播出《明知故犯》。该剧源自根据契诃夫小说改编的独幕剧，由导演晓苗加工成电视剧。故事讲述的是沙俄时代，农民杰尼酷爱钓鱼，因为从铁轨上拧下了一个螺丝帽来加工渔具而受到了法官的传讯。为了确定对他的行为该定何罪，法官们不断翻阅法典，寻找依据，最后杰尼以“明知故犯，破坏铁路”罪被判入狱。

1962 年 4 月 7 日，北京电视台播出《绿林行》。该剧根据梁斌的长篇小说《播火记》改编。

1962 年 8 月 20 日，北京电视台直播根据李季同名叙事诗改编的爱情电视诗剧《海誓》。全剧由冯英杰的朗诵贯穿。这一故事在日本民间广为流传。大海对面的小岛上居住着贫困而英俊的少年右近，他不敢相信美丽的阿初姑娘会爱上他。为了考验

姑娘，右近告诉阿初，他每晚会在小岛上燃起灯火，如果她能连续100天渡海相会就成婚。阿初对大海起誓，每夜都要不辞劳苦地游向小岛。就在第100天的夜晚，天气突变，海上黑浪翻滚，阿初同海浪英勇搏斗，终因体力不支，带着梦幻般的希望葬身大海深处。右近也在这一天被恶势力杀害，因而未能为她点燃灯火。

1963年2月17日，北京电视台播出《相亲记》。该剧根据柯岩同名独幕话剧改编，以喜剧的方式讲述了这样一个故事：饭店服务员沈林与纱厂女工于显祖相爱。由于于显祖的父亲是饭馆“跑堂的”，并被恶势力欺压而死，所以于显祖的母亲坚决不同意这门亲事，执意要把女儿嫁给一位记者，母女因此僵持不下。于显祖的好友便为她出主意，在一场接一场的误会中发生了妙趣横生的故事。该剧播出后受到服务行业职工的热烈欢迎。当时的北京市副市长万里号召服务员都看看这部电视剧。中国戏剧家协会主席田汉率领有关人员到电视台开座谈会，称赞电视剧是“文艺的轻骑兵”①。

1963年3月8日，北京电视台播出《江姐》。该剧根据罗广斌、杨益言的长篇小说《红岩》改编。导演为蔡骧，主要演员有胡加林、殷亮等。《江姐》采用诗配画的形式，讲述江姐与敌人斗争的故事，塑造了她的英雄形象。

1963年8月17日，北京电视台播出《火种》，讲述黑人雇工汤姆在工作时哼唱进步歌曲，白人老板因此要绞死他。汤姆逃到母亲曾经做过乳母的参议员家里，请求蓓蒂小姐允许他打电话向一位白人教授求救。但蓓蒂在诱骗汤姆说出真相后，反而向他开枪。汤姆在中枪后才清醒过来，夺过枪，投身到为争取自由而斗争的行列中。该剧共20多分钟，播出当天正是20万美国黑人举行盛大示威游行抗议种族歧视和迫害的日子，因而产生了很大的影响。该剧还因其多角度、多层次的场景调度和摄像机镜头运动的连续处理，赢得了观众的好评。剧中男女主人公分别由方辉和王蓓莉扮演。

1964年9月28日，北京电视台播出《战斗在顶天岭上》。故事讲述的是顶天岭的冬天，大雪阻断了上山的路，青年气象员面临着断电和缺粮的困境，但他们努力克服了困难，将天气预报如期发送出来，表现了青年气象员在恶劣的工作环境下不畏艰苦、努力工作的精神。

北京电视台播出第一部电视直播剧后不久，全国其他电视台也相继播出了自己的电视直播剧。

1958年10月25日，刚成立25天的上海电视台播出了根据真人真事创作的电视直播剧《红色的火焰》，编剧为李尚奎和沈西艾，导演为周峰，主演为王家驹。该剧描写

---

① 钟艺兵、黄望南：《中国电视艺术发展史》，浙江人民出版社1994年版，第10页。

了上海耐酸搪瓷厂青年工人李志祥百折不挠，经100多次的努力，终于试验成功以石灰代替电石这一技术的先进事迹。1958至1966年，上海电视台共播出了《红色的火焰》、《姊弟血》、《不屈的阮文追》、《江姐》、《王杰颂》、《我的一家》、《政治连长》、《红云崖》等39部电视直播剧。

1960年1月1日，广东电视台播出第一部电视直播剧《谁是姑爷》。到"文化大革命"结束前，广东电视台还播出了《长征路上》、《杨柳春风》、《黑掌柜》、《一百分不算满分》等30余部电视直播剧。

1960年7月16日，长春电视台与哈尔滨电视台联合制作的电视直播剧《三月雪》在长春电视台播出。剧本由长春电视台提供，演员来自哈尔滨电视台广播电视文工团。该剧描写的是女共产党刘云在新中国成立前为革命事业壮烈牺牲的故事。故事采用倒叙的方法，即当刘云烈士的女儿小娟新中国成立后在大学入党时，知情的党委书记向其讲述了她母亲的事迹。继《三月雪》后，两家电视台还联合推出了《快马加鞭》、《江岸》、《家庭问题》、《亲人》等多部电视直播剧。

天津电视台、沈阳电视台、西安电视台、武汉电视台等也相继播出了自己制作的《搬家》、《雷锋》等电视直播剧。

1966年2月26日，北京电视台直播长达100分钟的电视直播剧《焦裕禄》。该剧由高方正编剧，胡加森和李晓兰执导，于孜健和谭蒂主演，刘佳担任解说。全剧共6个场景，是当时最大型的电视直播剧，也是中国内地最后一部直播电视剧，中国内地的直播电视剧时代至此结束。

### (三)衰退时期(1967—1977)

随着1967年电视录像技术和设备的出现，电视剧开始由直播改为录播。不过，由于特殊的历史条件，从"文化大革命"开始到党的十一届三中全会召开之前，中国内地电视剧制作陷入长期停滞状态，其间只有《考场上的反修斗争》、《杏花塘边》、《公社党委书记的女儿》、《神圣的职责》等4部录播电视剧播出。这4部电视剧虽然使用了录像设备进行拍摄，但场景、时间、空间转换等还是与直播时期的电视剧一样集中，舞台剧的痕迹明显。虽然剧中也拍摄了一些外景补充穿插在剧情中，但对以往电视直播剧节目形态并没有实质性突破。

北京电视台1967年录制的《考场上的反修斗争》是中国内地电视剧发展史上唯一一部用录像设备拍摄的黑白电视剧。《考场上的反修斗争》由王景愚、康静修编剧，杨宗镜、金元成、康静修导演，讲述了中国留苏学生在一所大学的考场，就如何正确评价

反法西斯战争的问题与老师展开激烈争论，其导火索是肖洛霍夫的小说《一个人的遭遇》。

北京电视台1973年录制的《杏花塘边》描写了小柱子和他的伙伴，在杏花塘边和阶级敌人展开了一场机智勇敢的斗争，最后配合广大民兵逮捕了坏蛋的故事。

上海电视台1975年录制《公社党委书记的女儿》和《神圣的职责》两部电视剧在中国内地首次使用了彩色录像设备，反映的都是知识青年上山下乡、扎根农村的特定内容。

## 第三节　电视单本剧

### 一、定义

电视单本剧是指由1集或2集构成的具有发生、发展、高潮、结尾等完整故事情节的剧情类电视节目形态。

从情节和结构考虑，电视单本剧相当于文学作品的"短篇小说"，与戏剧、电影的情节和结构也有相近的地方，讲究过程的省略和剧情的浓缩。

从电视直播剧到电视单本剧，就电视剧的内部构成元素而言，电视单本剧除去电视直播剧中的戏剧元素，又注入了电影元素，甚至主要是吸取了电影元素，具体表现为电视单本剧的制作已由室内走向室外，由演播室搭景走向实景拍摄，由二维空间走向三维空间，由时空限制走向了时空自由。这与电影故事片的制作方式已经颇为相似了。"一部电视单本剧，其播出时间相当于'电影'的长度，所以它可以像拍摄'电影'那样去进行艺术上的精雕细刻、表现手法上的开拓创新、造型语言上的探索和寻求。"① 因此，所谓电视单本剧，本质上与20世纪60年代在美国兴起的电视电影更为相近。从这个意义上说，电视单本剧无疑与20世纪90年代在中国内地出现的电视电影是一脉相承的。

尽管形式灵活、可长可短，而且利用磁带拍摄，不用洗印，制作周期短、成本低，但与电影相比，电视单本剧无论是在剧情和人物上，还是在艺术和技术上，仍存着巨大的差距。因此，要想与电影分庭抗礼，电视剧在形态上就得寻找新路，而电视连续剧顺应了这种需求。电视连续剧的一个特点是变化无穷，一环紧扣一环，这是电影所不具备

---

① 高鑫：《电视艺术学》，北京师范大学出版社1998年版，第246页。

的。所以,如果说电视单本剧在时空构成方式上拉开了电视剧与舞台剧的距离,拉近了电视剧与电影的距离,那么,电视连续剧则在时空上疏远了电视剧与电影的联系。正如一位资深电视剧导演曾深有感触地说:"我拍电视单本剧,就与电影没什么区别;直到拍电视连续剧,才感到它与电影的根本不同。"①

## 二、主要特征

### (一)结构的完整性

与电视连续剧不同,电视单本剧一般多采用传统的戏剧结构方式,即以叙事为主,依据时间的顺序讲述一个有头有尾的故事,并可以长期地连续下去,每一集只是全部故事的一部分;也与电视系列剧不同,电视单本剧一般只追求情节的惊险性,多在情节的惊险性和情节的悬念性上下工夫,虽然每一集构成一个故事,但又只是整个系列故事中的一个组成部分。电视单本剧是通过一个完整的故事表达明确的主题。它不以纷繁的头绪和庞大的规模取胜,而往往集中讲述一个故事,有开端、发展、高潮和结局。在叙事线索上,电视单本剧大多采用单线式的结构,有一条明确的线索贯穿始终,这种结构方式使事件集中,情节推进速度较快,各部分之间的关系紧密,主题思想也显得深刻鲜明。

由中央电视台影视部与上海戏剧学院、重庆电视台、陕西电视台联合录制的电视单本剧《希波克拉底誓言》就讲述了这样一个故事:一位双目失明的母亲带着一个孩子,孩子双目特别明亮,每晚都用望远镜观察天上的星星,希望当一名天文学家。不料在放学路上一个电焊的火花灼伤了他的眼睛,某医院的医生因为不负责任而导致了他一只眼睛失明,在治疗过程中由于再次失误使他另一只眼睛也失明了。最后母子俩——一对盲人在医院高高的台阶上拄着拐杖踽踽而行。该剧以一位刚参加工作、对事业充满美好憧憬的护士的视角来展开故事,以古希腊名医希波克拉底的誓言贯穿始终,它"以强烈的探索精神和创新意识,运用现实主义创作手法,使荧屏视听形象超越社会事件的表层,升腾到关于人与人性的思考与对话,调动观众的参与意识。在如何使新闻纪实性与文学叙事性相统一方面,在寻找电视剧不同于电影语言的美学特性方面,都作出了令人称赞的努力"②。

---

① 《中国应用电视学》编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社1993年版,第273页。

② 赵化勇:《中央电视台发展史(1958—1997)》,中国广播电视出版社2008年版,第227页。

（二）人物的集中性

电视单本剧由于篇幅短小，情节较为单一，又受播出时间的限制，所以人物不宜过多，人物之间的关系也不宜过于复杂，只要集中力量塑造好一两个性格鲜明、有血有肉的人物形象，就会给观众留下深刻的印象，收到良好的艺术效果。电视单本剧的人物设计最忌分散精力，“撒胡椒面”式地表现人物，结果哪个人物也立不起来。作品有一两个人物立得住，电视单本剧就可以获得成功，并收到“一目尽传精神”的艺术效果。

由中央电视台与丹东电视台联合拍摄的电视单本剧《新岸》由李宏林根据自己的报告文学《走向新岸》改编，由王岚执导，塑造了失足女青年刘艳华这一艺术形象。由于创作者细腻地揭示了刘艳华复杂的内心世界，形象地描述了她走向新生的历程尽管人物不多，情节单一，对话也少，但观众看起来仍然饶有兴趣，并被她流露出的真情实感深深打动。

（三）情节的紧凑性

如果是叙事性电视单本剧，那么在情节的设计和结构的安排上必须紧凑，一般是以一条矛盾主线展开戏剧情节。要竭力避免头绪繁多，矛盾纷杂。在情节的艺术表现上，要力求新颖、巧妙、洗练、引人。

电视单本剧《丹姨》描述了主人公丹姨的一生。丹姨曾是一个纯真美丽的少女，因为与一个政治上遭遇挫折的有妇之夫相爱，怀孕后不得不栖身于一个偏僻落后的海岛，30 年如一日地为全岛两代人接生，一生没有结婚，最终由一个圣母般的白衣使者变成了一个絮絮叨叨的接生婆。故事的讲述以少女珍珠的眼睛为视点，对丹姨孤岛生活 30 年的内心世界进行了深入剖析，从而使这一人物形象给观众带来强烈的心灵震撼。

电视单本剧《女友》情节的时间跨度虽然比较长，矛盾冲突也较为复杂，涉及的生活面也较为广泛，但由于男女主人公于延华与寒眉之间矛盾冲突的主线自始至终十分突出，所以故事情节显得紧凑而完整，主题思想也比较深刻而鲜明。

河南电视台录制的电视单本剧《周总理的一天》则是通过描写周总理在一个休息日里一桩桩平凡而又动人的故事，表现了周总理在日理万机的情况下仍与人民息息相通的高贵品质，是周总理几十年如一日为人民操劳的生动缩影。

（四）风格的多样性

电视单本剧的艺术风格，不像后来兴起的电视连续剧那样主要以悬念取胜，也不

像后来兴起的电视系列剧那样主要以情节引人。电视单本剧的艺术风格多种多样，异彩纷呈，堪称创作者们进行艺术探索和创新的实验场。其中的代表作有戏剧式的《大年初一》、电影式的《太阳从这里升起》、小说式的《遗落在湖畔》、散文式的《巴桑和她的弟妹们》、综合式的《新闻启示录》和《我们起誓》、追求纪实风格的《刘连仁》、讲究意境营造的《月牙》、运用意象性表现手法的《秋白之死》、长于开掘人物心灵历程的《丹姨》、凸显音乐舞蹈艺术特色的《金房子》、强调画面造型语言运用的《希波克拉底誓言》等。

《太阳从这里升起》取材于山西中美合资兴建的露天煤矿工地——现代文明与古老文明发生“尖锐冲突”的现场。那位死赖在炕上不肯走的爷爷，面对推土机，正在进行最后的抗拒。作品充分发挥造型艺术的魅力，使电视观众思考改革的真谛，很有感染力。

《新闻启示录》依据屏幕艺术的特殊要求，集戏剧化的情节结构、电影化的蒙太奇组接、电视化的纪实手法为一体，熔新闻性、评论性、纪实性、文学性为一炉，多侧面、多角度、全方位地反映了改革开放时代的沸腾生活。

《巴桑和她的弟妹们》“追求散文的神韵、诗歌的意境、纪实的白描、抒情的夸张，兼用夹叙夹议的艺术手法，在生活的艺术的‘似与不似’之间去完成叙事，又通过生动的细节、真实的氛围、机智的旁白，组成视听形象对生活的思考”[①]。

《秋白之死》描绘了革命先烈瞿秋白最后的一段人生历程，在表现革命历史人物方面做出了可贵的突破，全剧笼罩着诗的氛围，具有不可替代的审美价值。编导者有胆识、有激情、有追求，态度严肃，一丝不苟；善于将史实与抒情相统一，历史真实与艺术真实相统一，宏观把握与细节合理想象相统一，形似与神似相统一，文学性、纪实性与隐喻性、哲理性相统一，把瞿秋白的高风亮节、儒雅风范和情操品格比较完美地表现了出来。

而前文提及的《希波克拉底誓言》则十分注重画面造型语言的象征性，尤其注意线和形的单纯化和抽象化。在医院内部的画面，运用建筑物内部的垂直线、水平线和对称结构，构成一种平稳的画面造型，以此来强化医院工作严肃认真的氛围；而几位医生去查病房的队形所表现出的刻板的形象，也让观众不自觉地想到了严谨。大量出现的白色，也意味着医生这个职业的崇高。这些不同的元素组合在一起，使这部电视单本剧的画面具有哲理意味。

这些不同风格的电视单本剧，是对电视剧艺术表现力的深度开发和大胆创新，满

---

① 《中国应用电视学》编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会：《中国应用电视学》，北京师范大学出版社 1993 年版，第 274 页。

足了观众多方面的艺术需求，带来了不同的审美享受。而这一点，往往是其他剧情类电视节目形态不具备的。

## 三、历史源流

### （一）发轫时期（1978—1979）

中国单本剧节目形态产生的原因和背景，主要是影视冲突导致的电视节目源不足。

1979 年 8 月 10 日，国务院以国发（1979）198 号文批转《文化部、财政部〈关于改革电影发行放映体制的请示报告〉的通知》，对电影发行放映企业管理体制进行改革，停止向电视台供给电影片源，使电视台陷入缺米下锅的窘境。尽管 1979 年 10 月 24 日文化部、中央广播事业局下达《关于供应电视台播放影片的规定》，但仍然无法从根本上解决节目匮乏的矛盾。

而早在 1979 年六七月间，中国电影发行放映公司就已停止向电视台供应新故事片，新影片只许在公映半年以后才能提供给电视台。从 1979 年 7 月中旬《广播电视节目报》的预告来看，7 月 7 日至 7 月 15 日一周里，中央电视台第一套和第二套节目总共才播出了由电影公司提供的《为了和平》、《特殊任务》等两部影片以及湘剧、京剧、歌剧各一部。中国电视失去电影和戏剧这两个最大的节目源，发生了“粮草危机”。而形势的严峻性还在于，当时全国有十余家电影制片厂，全年拍片大约 90 至 100 部，共 150 余个小时，即便所有影片都提供给电视台，也只是两三个月的播出量。

为了解决节目供应问题，在 1979 年 8 月 18 日至 27 日召开的首届全国电视节目会议上，中央广播事业局号召要“大办电视剧”、“凡有条件的电视台，都应该办电视剧，现在没有条件的创造条件，尽快把电视剧办起来”。在会议纪要中，解释了这一号召的理由：“电视剧是文艺花圃中的一朵新花。它反映现实生活快，艺术感染力强，比起电影，制作周期短，成本低，电视中需求量大，要大力提倡和发展。”

早在 1978 年 5 月 22 日，中央电视台就播出了中国第一部电视单本剧《三家亲》。该剧《三家亲》由蔡晓晴根据同名锡剧改编，许欢子和蔡晓晴导演，广播电视剧团与北京电视台联合录制，是中国自行录制的第一部全部在实景中拍摄的彩色电视剧。从技术上看，真实的环境、多变的场景、灵活的镜头、还原的色彩，显示了当时电视技术所能达到的高度。从内容上看，它将关注的视角对准与百姓生活密切相关的现象，反对铺张浪费大办婚礼，提倡勤俭节约“新事新办”，寓教于乐地反映出改革开放后生机盎然

的农村生活风貌。

除《三家亲》外，1978年，中央电视台还播出了其他8部电视单本剧，分别是儿童部在演播室利用抠像特技制作的《安徒生和他的童话》、《卖火柴的小女孩》，文艺部制作的《窗口》、《教授和他的女儿》、《痛苦与欢乐》，少儿部制作的《爸爸和妈妈谁好》、《奔腾吧！小骏马》、《来历不明的黑鲨鱼》。

1979年6月9日，中央电视台第一套节目播出了由广东电视台与中国广播电视剧团联合拍摄的《神圣的使命》。该剧由潘霞执导，反映了公安战士同"四人帮"分子殊死搏斗的惊险故事。这部电视单本剧引起了社会的广泛关注。1979年6月11日，《人民日报》发表评论《一朵新花——电视剧》，文章认为这部电视剧"彻底从舞台框框跳出来，导演艺术处理和构思比较好地运用了电影艺术的表现手段，也考虑到电视屏幕不同于银幕的特点"①。

1979年7月14日，中央电视台播出了上海电视台录制的反映张志新烈士事迹的电视单本剧《永不凋谢的红花》，它成为全国各级电视台"大办电视剧"的前奏。该剧及时地在屏幕上推出了为人们所热爱、崇敬、同情的张志新烈士的艺术形象。编、导、演在创作中一反过去舞台和银幕所见到的横眉挺胸、振臂高呼的带光圈式的所谓英雄形象，而是力求让主人公也像一个普通人那样去生活、去斗争。她有痛苦和欢乐，也有夫妇之情和儿女之爱，因而她的艺术形象得以活在千百万观众的心里。

中央电视台1979年10月2日播出的《有一个青年》是中国内地首次采用便携式摄录机实景拍摄的电视单本剧。该剧画面自然，剪辑流畅，播出后反响热烈，几天内收到全国各地800余封来信。《有一个青年》根据女作家张洁的获奖小说《有这样一个青年》改编，由蔡晓晴担任导演，张铁林饰演男主角，描写了因动乱年代缺乏教养但内心美好、充满理想追求的年轻人顾明华，不甘于现状，利用业余时间刻苦钻研，在与女友徐薇共同的学习中收获了理想的爱情。该剧准确反映了新时代青年的心声，摆脱了同时期文学电影作品中"抚摸伤痕"的哀怨，由此折射出"文化大革命"后人们渴望医治精神创伤、追求美好情操的愿望。

《他是谁》是中国内地第一部用16毫米彩色胶片拍摄的电视单本剧，它既可以通过录像在电视里播放，也可以印成电影拷贝在影院放映，导演是中央电视台的王岚。该剧讲述了一个骗子冒充政府高级官员的儿子到处招摇撞骗的故事，是根据1979年7月18日《解放军报》转载的《人民铁道》报通讯《离奇而发人深思的事件》改编的，因

---

① 刘习良:《中国电视史》,中国广播电视出版社2007年版,第169页。

其敏锐地提出了反特权问题而影响甚广。

在1979年，中央电视台播出的电视单本剧除了上面提出的4部外，还包括中央电视台录制的《岳云新征》、《七个铜板》、《灰姑娘》、《白雪公主》、《万卡》、《他们》，上海电视台录制的《玫瑰香奇案》、《选择》、《祖国的儿子》、《约会》，广东电视台录制的《小哥俩》、《谁最能》，浙江电视台录制的《保险愉快》，天津电视台录制的《人民选"官"记》，黑龙江电视台录制的《从森林里来的孩子》，湖南电视台录制的《爸爸病危》，河北电视台录制的《海浪》，新疆电视台的《心花》、《美的浪花》等。

（二）发展时期（1980—1989）

1980年，中央广播事业局"大办电视剧"的号召取得明显成效。除西藏、贵州外，全国各省、自治区、直辖市以及大连、青岛、丹东等3家市级电视台均录制了电视单本剧，加上中央电视台和中国广播电视剧团，共有31家电视机构制作了电视单本剧。中央电视台在这一年度共播出了131部[①]电视单本剧。其中获得好评的有中央电视台录制的《凡人小事》和《乔厂长上任记》、河北电视台录制的《女友》、天津电视台录制的《宝贝》、湖南电视台录制的《瓜儿蜜甜甜》、山东电视台录制的《家乡红叶》、北京电视台录制的《这仅仅是开始》、吉林电视台录制的《啊！朋友》等。1980年9月27日至10月26日，中央电视台在一个月的时间里播放了全国各地电视台选送的47部电视单本剧，《人民日报》、《工人日报》、《中国青年报》、《光明日报》、《文汇报》等主要新闻媒体都发表评论，盛赞电视剧的丰收与发展。

在此后的整个20世纪80年代，电视单位剧创作"由室内走向了室外；由在演播室搭景，走向实景拍摄；由三维空间，走向多维空间；由时空限制，走向时空自由"[②]，涌现一大批优秀作品。

1981年的代表作有《新岸》、《大地的深情》、《卖大饼的姑娘》、《你是共产党员吗》、《洁白的手帕》、《爸爸妈妈和孩子》、《一千零一票》、《开市大吉》、《水乡一家人》、《能媳

---

① 关于这一数据，赵玉明主编的《中国广播电视通史》（中国传媒大学出版社2006年版，第358页）的提法是"从中央电视台播出的电视剧数量来看：1979年18部，1980年103部，1981年117部，1982年235部（集）"；刘习良主编的《中国电视史》（中国广播电视出版社2007年版，第170页）的提法是"1980年，仅中央电视台全年播出的电视剧就达103部"；赵化勇主编的《中国电视台发展史（1958—1997）》（中国广播电视出版社2008年版，第226页）的提法是"1980年，电视剧创作迅速发展，中央电视台播出电视剧103部"；邵奇编著的《中国电视剧导论》（上海交通大学出版社2008年版，第83页）的提法是"1980年在中央电视台播出的电视剧就达131部"；仲呈祥和陈友军所著的《中国电视剧历程教程》（中国传媒大学出版社2009年版，第40页）的提法是"1980年，中国电视台播出的电视剧有131部"。

② 仲呈祥、陈友军：《中国电视剧历史教程》，中国传媒大学出版社2009年版，第54页。

妇》等。

1982 年的代表作有《周总理的一天》、《家风》、《奖金》、《弯弯的石径》、《新来的女售货员》、《矿长》、《继母》、《喜鹊泪》、《明姑娘》等。

1983 年的代表作有《女记者的画外音》、《燃烧的心》、《道是无情却有情》、《走进暴风雨》、《她从画中走出来》、《燕儿窝之夜》、《紧急起飞》、《亲家卖粮》、《行路难》、《第九个售货亭》等。

1984 年的代表作有《走向远方》、《新闻启示录》、《蓝屋》、《强行起飞》、《四个 40 岁的女人》、《远洋船长和他的妻子》、《陈毅与刺客》、《花生阿狗》等。

1985 年的代表作有《巴桑和她的弟妹们》、《她们和战争》、《穷街》、《男人的风格》、《一个叫许淑娴的人》等。

1986 年的代表作有《希波克拉底誓言》、《大年初一》、《太阳从这里升起》、《不该将兄吊起来》、《远离发射场的地方》、《丹姨》、《长江第一漂》、《理解万岁》、《独脚冠军》、《大树底下》等。

1987 年的代表作有《秋白之死》、《工程师们》、《娥子》、《一路风尘》、《大角逐序曲》、《她在人流中》、《军魂》、《雪染的风采》、《动物王国窃案》等。

1988 年的代表作有《白栅栏》、《白色山岗》、《汉家女》、《18 岁男子汉》、《花鸽子》、《甲肝 1998》等。

1989 年的代表作有《有这样一个民警》、《艾黎与何克》、《忻口战役》、《蓝色国门》、《乔迁》、《酒友》、《无人知晓的世界纪录》、《角儿》、《一生中的 9 秒》、《儿女亲情》、《樱花梦》、《柳亚子》、《鲁冰花》、《一个叫姚金兰的人》等。

### (三)衰退时期(1990—)

进入 20 世纪 90 年代,电视单本剧进入衰退时期。为了推动短小精悍的剧情类电视节目形态的发展,中央电视台于 1989 年 10 月首次举办全国电视单本剧、电视短剧、电视小品作品评选。然而,势单力薄的电视单本剧显然无法抗衡规模效益带来的商业冲动。这种情势体现在此后的电视剧评选活动上,即从 1990 年度第十一届全国电视剧飞天奖评选开始,不再设"电视单本剧"奖项,而改设为与之大致对应的"短篇电视剧"奖项。同样,中国电视金鹰奖从 1998 年度第十六届开始也不再设"电视单本剧"奖项,而改成"短篇电视剧"奖项。"这一改,是对的,因为'电视单本剧'中只有少数作品是单本(一集),大多数是两集,称之为'单本',并不准确。而'短篇电视剧'的称呼,相

对于‘长篇连续剧’(9集以上)、‘中篇连续剧(3—8集)’而言，则比较科学。”[①]

尽管已不再独领风骚且呈日益萎缩之势，但在20世纪90年代，全国仍涌现出一些比较优秀的电视单本剧或短篇电视剧作品。

1990年的代表作有《夫妻井》、《鸿雁传情》、《热血》、《梁子》、《盛族》、《白桦林作证》、《五朵金花的儿女们》、《大兰和小兰》等。

1991年的代表作有《好人燕居谦》、《车站》、《朱自清》、《天神不怪罪的人》、《跑马溜溜的山上》、《毛泽东和他的乡亲们》等。

1992年的代表作有《神算子》、《山梁上的太阳》、《为了聚会的告别》、《TAXI 518》、《超越生命》、《走出空白》、《天边有群男子汉》、《大风警报》、《乡村警察》、《中国窑》、《咸菜街轶事》等。

1993年的代表作有《一个医生的故事》、《戈公振》、《一个姑娘三个兵》、《灯人》《在其香居茶馆里》、《回归爱的世界》、《法门众生相》、《明月照母心》、《一鸟九命》、《玉堂春》等。

1994年的代表作有《吴福的故事》、《梁士英》、《舞蹈教师》、《遥远的都市》、《老师》、《钟点女工》、《风雪桅杆山》、《军嫂》等。

1995年的代表作有《牛玉琴的树》、《吴贻芳》、《夕照龙潮里》、《俩个姑娘俩个兵》、《在雪线上》、《寂寞锋利》、《回家》、《老家站》、《魂归》、《军校毕业生》等。

1996年的代表作有《午夜有轨电车》、《济南夜话》、《戏》、《民警程广泉》、《阿明的故事》、《支书下台唱大戏》、《法官谭彦》、《咱们的老百姓》、《我的奶奶》、《金兰》、《太阳女神》、《夏天的故事》、《今天我离休》等。

1997年的代表作有《情感的守望》、《小镇女部长》、《平和凡的故事》、《山里扶贫人》等。

1998年的代表作有《官井》、《一滴阳光》、《飞来飞去》、《狗不吃回村记》、《小哨所》、《阿，雀儿山》、《喜旺》、《抗洪英雄》、《纺织女工》、《有这样一条船》、《沙海天平》、《民族之声》、《太阳出山冈》、《女兵甘甜》、《百姓记者》等。

而到了20世纪90年代的最后一年，电视单本剧终于退出了历史舞台。其标志性事件是从2000年度第十八届中国电视金鹰奖和2001年度第二十二届中国电视剧飞天奖评选开始，1至2集的“短篇电视剧”和3至8集的“中篇电视剧”不再单独设项，而是合并为1至8集的“中短篇电视剧”奖项。之所以进行这样的奖项调整，是因为进

① 钟艺兵:《短篇电视剧为什么黯淡了?》,载《电视研究》1994年第1期。

入20世纪90年代以后，长篇电视剧日益呈现出一枝独秀的态势，中短篇电视剧，特别是短篇电视剧基本退出市场，“仅仅成为每年飞天奖和金鹰奖的一个奖项而存在”①。

为了振兴短篇电视剧，有关方面曾进行了一些努力。1999年6月5日至8日，全国短篇电视剧观摩学术研讨会在重庆举行，共有全国数十家电视机构精心选送了近20部作品参展。其中如《飞来飞去》、《小哨所》、《牛玉琴的树》、《心锁》、《太阳出山岗》、《有这样一个支部书记》、《一滴阳光》、《山村姑嫂情》、《一天零一夜》等都堪称精品。一些参加会议的电视机构还宣布要拨巨资推动短篇电视剧或电视短剧创作。

1999年12月31日，北京电视台专门拨出资金打造的百集系列短剧集《咱老百姓》经国家工商行政管理局核准，正式获准商标注册，成为中国电视剧领域中获得注册权的第一个项目。《咱老百姓》试图借助电视短剧轻捷、灵活、敏锐的特点，全方位透视当代中国平民的现实生活，发掘存在于人们日常状态中那些细小、琐碎，然而深具切肤之感的片段。

通过“扶持”、“特拨资金”、“各级大力提倡”等方式，电视单本剧以短篇电视剧或30分钟一集的电视短剧的节目形态在困境中继续顽强地生存着。此后几年的代表作品有2000年的《山羊坡》、《相依年华》，2001年的《哎哟乖乖》、《地下的天空》、《郊外那边是俄罗斯》、《北风吹》、《连升二级》，2002年的《军中最后一个马帮》、《绿色昆仑》、《夏日星光》、《金鲤鱼》、《山村的故事》，2003年的《傅抱石》、《乡村女教师》、《好太阳》、《没有抹完的口红》、《梁世奎》等。从2004年开始，即使在中国电视剧飞天奖和中国电视金鹰奖“中短篇电视剧”奖项的获奖作品中，短篇电视剧也已经难得一见了。短篇电视剧，或者说其前身电视单本剧这种剧情类电视节目形态终于完成了自己的生命周期。

## 第四节　电视连续剧

### 一、定义

电视连续剧是指4集或4集以上、每两集之间情节发展和人物关系都十分密切的剧情类电视节目形态。

电视连续剧通常包括一条或几条故事线索，随着剧情的展开，不同的线索互相交

---

① 邵奇：《中国电视剧导论》，上海交通大学出版社2008年版，第35页。

织，不断形成危机并创造出故事高潮，吸引观众持续不断地观看下去。

电视连续剧是中国内地的主流剧情类电视节目形态，也是电视剧区别于电影的最大特点之一。“电视连续剧在中国所具有的巨大影响力可以说远远超过了电影、小说、戏剧等其他叙事形式，成了名副其实的‘第一故事载体’，几乎成为多数中国人阅读故事、享受故事、消费故事的唯一途径。”[①]

## 二、分类

根据反映时代，可分为古代题材电视连续剧、近代题材电视连续剧、现代题材电视连续剧、当代题材电视连续剧。

按照题材内容，可分为重大革命历史题材电视连续剧、历史题材电视连续剧、军事题材电视连续剧、谍战题材电视连续剧、反腐题材电视连续剧、家庭伦理题材电视连续剧、都市言情题材电视连续剧、工业题材电视连续剧、农业题材电视连续剧、商战题材电视连续剧、武侠题材电视连续剧、传奇题材电视连续剧、神话题材电视连续剧等。

根据篇幅，可分为短篇电视连续剧、中篇电视连续剧和长篇电视连续剧等。

## 三、主要特征

### (一)题材的多样化

自 20 世纪 70 年代末，特别是 20 世纪 90 年代以来，电视连续剧的题材日益丰富，可谓庄谐分立、悲欣交集、文武兼备、古今相映，好戏连台，受到不同需求的观众的欢迎。其中主要包括以下几大类：

一是重大革命历史题材。这类题材是当前中国内地电视剧创作的一类特殊题材，高度体现了国家意识形态。重大革命历史题材电视连续剧以“大事不虚，小事不拘”为创作原则，力求达到历史真实与艺术真实的高度统一，即：重大历史事件不能虚构，艺术再现务求其真；时代的历史氛围不能虚假，艺术营造务求逼真；重要历史人物不能虚构，艺术塑造务求“形似”与“神似”相结合[②]。近年来涌现出来的优秀革命历史题材电视连续剧有《毛泽东在陕北》、《周恩来在重庆》、《遵义会议》、《少奇同志》、《朱德元帅》、《陈赓大将》、《黄克诚》、《李大钊》、《彭雪峰》、《开国领袖毛泽东》、《中国命运的决战》、《日出东方》、《长征》、《延安颂》、《八路军》、《新四军》、《井冈山》、《战北平》、《解放》、《豫

---

① 尹鸿、阳代慧：《中国电视剧艺术传统》，载《现代传播》2004 年第 5 期。

② 杨伟光：《重大革命历史题材创作的新高潮》，载《当代电视》2002 年第 4 期。

东之战》、《七战七捷》、《济南战役》、《黄土岭 1939》、《大渡桥横铁锁寒》、《上海大风暴》、《洪湖赤卫队》、《江姐》、《永不消失的电波》、《解放海南岛》、《毛岸英》、《红七军》等。

二是历史题材。由于这类题材能够成为多种话语的最佳载体，因此，"无论是国家立场，或是市场立场，以及知识分子立场，几乎都不约而同地选择了'历史题材'作为自己的生存和扩展策略。'历史'远离了当代中国各种敏感的现实冲突和权力矛盾，具有更丰富的选择资源和更自由的叙事空间，因而，各种力量都可以通过对历史的改写来为自己提供一种'当代史'从而回避当代本身的质疑。历史成为了获得当代利益的一种策略，各种意识形态力量都可以借助历史的包装粉墨登场"[①]。除前面提到的革命历史题材这一特殊子形态外，历史题材电视连续剧还可细分为红色经典剧、正剧、戏说剧等子形态：其中，红色经典剧如《钢铁是怎样炼成的》、《青春之歌》、《林海雪原》、《吕梁英雄传》、《红日》、《敌后武工队》、《平原游击队》、《沙家浜》等，历史正剧如《水浒传》、《三国演义》、《杨家将》、《孝庄秘史》、《唐明皇》、《努尔哈赤》、《康熙王朝》、《雍正王朝》、《汉武大帝》、《成吉思汗》、《武则天》、《诸葛亮》、《曾国藩》、《太平天国》、《文成公主》、《末代皇帝》、《走向共和》、《台湾首位巡抚刘铭传》、《大明宫词》、《天下粮仓》、《大宅门》、《大清药王》、《神医喜来乐》等，戏说历史剧如《宰相刘罗锅》、《戏说慈禧》、《康熙微服私访记》、《还珠格格》、《铁齿铜牙纪晓岚》等。

三是军旅题材。这是最能够体现英雄主义和爱国主义精神诉求的电视连续剧。军旅题材电视连续剧又可细分为战争时期和和平时期两种，前者如《敌营十八年》、《英雄孟良崮》、《高山下的花环》、《凯旋在子夜》、《亮剑》、《狼毒花》、《我的团长我的团》、《我的兄弟叫顺溜》、《东方红 1949》、《高地》等，后者如《神圣的军旗》、《和平年代》、《突出重围》、《国家使命》、《沙场点兵》、《我们的连队》、《潮起潮落》、《驱逐舰舰长》、《波涛汹涌》、《壮志凌云》、《长空铸剑》、《天女》、《红翼》、《雪震》、《为导弹筑巢的人》、《永恒的沉默》、《导弹旅长》、《DA 师》、《战争目光》、《光荣之旅》、《昆仑女神》、《红十字方队》、《激情燃烧的岁月》、《士兵突击》、《幸福向花儿一样》等。

四是谍战题材。这种题材实际是过去的反特电影故事片的一种类型延续，具有惊悚、悬念、枪战等差异化元素，代表作品有《誓言无声》、《一双绣花鞋》、《梅花档案》、《密令 1949》、《古城谍影》、《暗算》、《红色追击令》、《功勋》、《雪狼》、《如此多娇》、《身份的证明》、《谍战之特殊较量》、《5 号特工组》、《霓虹灯下的哨兵》、《51 号兵站》、《羊城暗

---

① 尹鸿：《意义、生产与消费——当代中国电视剧的政治经济学分析》，载《现代传播》2001 年第 5 期。

哨》、《保密局的枪声》、《英雄虎胆》、《潜伏》、《绝密 1950》、《黎明之前》等。

五是反腐题材。这种题材可以说是对境外电影警匪片进行本土化变形的一种产物，代表作品有《人间正道》、《走过柳源》、《大雪无痕》、《苍天在上》、《英雄无悔》、《纪委书记》、《省委书记》、《绝对权力》、《反贪局长》、《最高利益》、《雷霆出击》、《风雨乾坤》、《黑脸》、《抉择》、《当关》、《黑洞》、《红色康乃馨》、《绝不放过你》、《天下粮仓》、《一代廉吏于成龙》等。

六是家庭伦理题材。这是最适合家庭观赏的题材，代表作品有《渴望》、《篱笆·女人和狗》、《辘轳·女人和井》、《古船·女人和网》、《牵手》、《中国式离婚》、《新结婚时代》、《浪漫的事》、《走过幸福》、《结婚十年》、《错爱一生》、《咱爸咱妈》、《孽债》、《亲子情未了》、《大哥》、《大姐》、《嫂娘》、《空镜子》、《贫嘴张大民的幸福生活》、《儿女情长》、《上海一家人》、《我的兄弟姐妹》、《亲情树》、《不嫁则已》、《居家男人》、《金婚》、《不如跳舞》等。

七是武侠题材。这是最具中国特色的电视连续剧，代表作品有《天龙八部》、《射雕英雄传》、《神雕侠侣》、《笑傲江湖》、《鹿鼎记》、《倚天屠龙记》、《韦小宝》、《连城诀》、《雪山飞狐》、《小李飞刀》、《飞刀又见飞刀》、《大唐双龙记》、《四大名捕》、《碧血剑》、《大旗英雄传》、《楚留香传奇》、《绝代双骄》、《圆月弯刀》、《塞外寄侠》、《七剑下天山》、《白发魔女传》、《仙剑奇侠传》、《魔剑生死棋》、《飞燕惊龙》、《寻秦记》、《白眉大侠》、《霍元甲》、《陈真》、《霍东阁》、《太极宗师》、《燕子李三》、《李小龙传奇》、《新少林寺》等。

### （二）规模的长篇化

电视连续剧的本质是集剧，也即是以“集”为基本叙事单位和传播单位的多集故事片段的集合体。作为集合体，意味着电视连续剧在叙事时不是一个独立整体，在传播时也不是一个独立整体，而是由多个故事片段按照一定的顺序接续而成的故事集合体。作为基本叙事单位，集的时间几乎等长，都是 45 至 50 分钟，而一部电视连续剧的集的数量则不限，由此导致电视连续剧叙事在有限与无限之间形成了较大的自由空间。正是较大叙事空间的优势，使得电视连续剧对各种规模的题材都拥有了表现的可能性，也就是说电视连续剧可长可短，其长短大小也只是体现在集数的多少上，而不会因题材规模的大小而直接影响电视连续剧的传播效果，更不会像电影必须选择合适的题材规模以适应相对固定的放映时间篇幅。正是在集剧这种叙事体制的基础上，再加上电视连续剧市场的利益冲动，共同促使电视剧形成了长篇化的主流格局。

“长”是电视连续剧最突出的特征和优势。中国内地电视连续剧在 20 世纪 80 年

代一般为每部10集左右，到20世纪90年代以来一般为每部20集以上，其间也不乏更长篇幅的，如《三国演义》长达84集。国外的一些电视剧如《加冕典礼街》更在千集以上，播出时间长达十余年。可以说，“在制作和研究领域，长篇电视剧已成为电视剧的代名词”①。

如此宏大的篇幅，使电视连续剧拥有极大的艺术容量和表现生活的自由，可以随着时间和空间的变换来书写曲折的人生命运，演绎漫长的历史进程，反映浩繁的社会生活。譬如：《雍正王朝》刻画了一个时代宫廷内部的钩心斗角；《沧桑百年》表现了台湾林家几代人与大陆的血肉情缘；《成吉思汗》展示了一代天骄的人生历程……所有这些都是在一个庞大的时空构架之中展示出来的，如果没有宏大的篇幅，人物的命运和事件的进程都不可能得到详细的刻画。

(三)叙事的连续化

电视连续剧每一集都要讲述故事的一部分，每一集都有着相对的独立性，要形成一集的开端、发展、高潮、结尾段落，这样才能使故事好看。但另一方面，这种独立性又不是与其他各集的故事毫不相干，而是一种彼此照应、相互映衬的关系，因此，各集之间又是连续的。往往是一集的开头直接承续上一集结尾的悬念，在解开悬念的基础上推进故事情节的发展，逐步达到高潮，然后至结尾处再留下一个悬念为下一集故事作铺垫。这样能使观众总是处于一种期待之中，欲罢不能。这种环环相扣的叙事策略，是电视连续剧吸引观众的法宝。

(四)情节的曲折化

电视连续剧之所以被称为连续剧，主要原因在于故事情节的曲折化，它不是在极短的时间内把人物的命运和事件的全部告诉观众，而是采用一波未平一波又起的方法，每一集中只讲述故事的一部分，同时又始终指向人物的性格和命运，由各集合起来构成一个完整的故事。这样一种曲折有致的结构安排方式，往往以几个主要人物、几个中心事件作为全剧的支撑点，人物和事件相互交织，通过事件来塑造人物性格，人物性格又决定和推动着剧情的发展，二者相互映照，吸引着观众不断地看下去。

① 邵奇：《中国电视剧导论》，上海交通大学出版社2008年版，第35页。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1979—1981)

1979 年,上海电视台录制了上中下 3 集的电视剧《玫瑰香奇案》,被视为“电视连续剧先驱”[①]。

《玫瑰香奇案》是“文化大革命”结束后,电视传媒第一次触及刑事犯罪案件的问题。该剧的第一集于 1979 年 5 月 1 日播出,导演郭信玲回忆说:“当时很轰动,万人空巷。很多人来信感谢,说终于看到了这么一部好戏。1979 年已经不像 20 世纪 60 年代的时候,很多家庭有电视机了。尽管很小,最大的大概是 14 寸。”[②]剧中那个容貌端正、心狠手辣的坏蛋唐小弟,后来几乎成为家喻户晓的人物。

1981 年 2 月 5 日,农历正月初一,中央电视台播出了电视连续剧《敌营十八年》。“《敌营十八年》共分九集,每集平均 35 分钟左右,共 315 分钟,即 5 小时又 15 分钟,分七次播出。全剧约两千个镜头、一百多个场景,分别在北京、庐山、九江、福建等地录制,投资十万元。共拍摄 97 天。去掉阴雨、转换场地、旅途、必要的休整,实际拍摄 75 天,每天平均完成 28 个镜头。其中有几天,竟达到一天拍五十多个镜头的速度。”[③]该剧不仅是中国内地第一部真正意义上的电视连续剧,同时“也是第一部采用情节剧模式制作并最早产生广泛影响的通俗电视连续剧”[④]。

《敌营十八年》的剧情是这样的:新中国成立前夕,中共地下党员江波为完成上级交给他的光荣而艰巨的任务,只身深入虎穴 18 年,不顾个人安危,与敌人巧妙周旋,关键时刻当机立断,急中生智,避过敌人的重重监视,一次次将情报安全送出,粉碎了敌人的阴谋诡计,终于迎来解放。该剧每集都有一个主题,分别为《当机立断》、《关键时刻》、《将计就计》、《智斩女妖》、《码头迎亲》、《虎口拔牙》、《高风亮节》、《排险救女》、《虎穴扬威》。

这部电视剧与早先片面强调政治批判、思想启蒙、艺术探索的电视剧有了显著不同,突出了情节性、戏剧性、惊险性、离奇性,具备了娱乐性作品的基本特征。

尽管《敌营十八年》的娱乐化倾向在当时受到了尖锐的批评,但通俗娱乐电视剧的

---

① 刘习良:《中国电视史》,中国广播电视出版社 2007 年版,第 169 页。

② 上海音像资料馆、上海文广新闻传媒集团节目资料中心:《老电视人 · 口述历史》,学林出版社 2009 年版,第 110 页。

③ 王扶林:《电视剧及其样式》,中国电视剧制作中心研究室:《电视剧研究资料选编》(1984 年内刊),第 348 页。

④ 尹鸿:《中国电视剧文化五十年》,载《电视研究》2008 年第 10 期。

出现仍然对中国的电视剧观念提出了挑战，“电视剧的政治意义开始淡化，娱乐意义开始被重视，这意味着中国电视剧的大众文化时代正在悄然来临”①。

（二）发展时期（1982—1989）

1982年中国内地电视连续剧制作破了纪录，共播出14部60集，其中的代表作有《武松》、《虾球传》、《蹉跎岁月》、《鲁迅》、《上海屋檐下》、《还愿》、《赤橙黄绿青蓝紫》、《吉庆有余》等。为反映这种变化，1982年度第三届全国电视剧飞天奖②开始评选电视连续剧。

1983年的代表作有《高山下的花环》、《生命的故事》、《华罗庚》、《鲁智深》等。

1984年的代表作有《今夜有暴风雪》、《少帅传奇》、《向警予》、《杨家将》、《故土》、《夜幕下的哈尔滨》、《徐悲鸿》、《花园街五号》等。

1985年的代表作有《四世同堂》、《寻找回来的世界》、《诸葛亮》、《新星》、《冠军从这里起飞》、《上党战役》等。

1986年的代表作有《红楼梦》、《努尔哈赤》、《雪野》、《凯旋在子夜》、《甄三》、《刘山子的喜怒哀乐》、《冤家》、《柔石与鲁迅》、《黄兴》、《孙中山与宋庆龄》、《春蚕·秋收·残冬》、《秋海棠》、《眷恋》等。

1987年的代表作有《严凤英》、《大学》、《葛掌柜》、《乌龙江剿匪记》、《雪城》、《便衣警察》、《野店》、《啼笑因缘》、《爱新觉罗·浩》、《破烂王》等。

1988年的代表作有《末代皇帝》、《篱笆·女人和狗》、《师魂》、《裤裆巷风流记》、《家教》、《绿荫》、《朱熹与丽娘》、《家·春·秋》、《大酒店》、《那五》、《黄河东流去》等。

1989年的代表作有《上海的早晨》、《商界》、《月是故乡明》、《李大钊》、《长城向南延伸》、《结婚一年间》、《忻口战役》、《蓝色国门》、《悬崖百合》、《膏药章》、《大酒店》、《平凡的世界》、《汉正街》、《凌汤圆》、《海外遗恨》等。为了使电视连续剧的评比更科学、更合理，1989年度第十届全国电视剧飞天奖开始将9集以上的长篇电视连续剧和3至8集的中篇电视连续剧分开来评选。

（三）成熟时期（1990—）

1990年是中国电视连续剧创作进入成熟时期的起始之年。这一年的优秀电视连

---

① 王扶林：《电视剧及其样式》，中国电视剧制作中心研究室：《电视剧研究资料选编》（1984年内刊），第348页。

② 飞天奖是中国电视剧最高“政府奖”。创办于1980年，于1981年开始评奖，每年举办一届，原名“全国优秀电视剧奖”。1983年3月，把这一活动正式定名为“全国电视剧飞天奖”。1992年，改为现名“中国电视剧飞天奖”。2005年，改为两年一届。

续剧作品有《渴望》、《围城》、《宋庆龄和她的姐妹们》、《辘轳·女人和井》、《杨乃武与小白菜》、《都市风流》、《公关小姐》、《深圳人》、《焦裕禄》、《粉墨情痴》、《爱与仇》、《巾帼悲歌》等。北京电视艺术中心录制的50集电视连续剧《渴望》是中国当时中国最长的电视连续剧。1990年,《渴望》在包括中央电视台在内的全国多家电视台轮流播放,首次制造了中国内地电视剧引发万人空巷的景象。在将中国第一代电视明星推向前台的同时,电视媒体晚间黄金时段的概念也首次浮现。中央电视台与上海电影制片厂等联合录制的10集电视连续剧《围城》改编自钱钟书的同名长篇小说。《围城》剧本准备了3年,实拍费时半年;主角形象、气质、演技俱佳,配角也无一人无来头。电视剧播出后,主演陈道明收到钱钟书先生给他写的信,信中对其表演大加赞赏。电视连续剧《围城》以整齐的编导演摄阵容,较好地把原著深厚的文字语言转化成了电视视听语言,被公认为是一部严肃雅致之作,标志着中国电视剧在汲取文学营养和电影营养方面达到了最新审美水平。

1991年,中国电视剧的生产开始了量的扩张,全国共生产电视剧5304集,较1990年增加了一倍多,其中优秀作品有《中国神火》、《外来妹》、《上海一家人》、《北洋水师》、《大唐名相》、《艰难的抉择》、《杨家将》、《誓言》、《红蜻蜓》、《纪委书记》、《孔子》、《南行记》、《赵尚志》、《女人们》、《山不转水转》、《豆花》、《我有一片辽阔的蓝天》、《未有终点的跑道》、《不惑之年》、《太阳地》、《离太阳最近的人》、《铁市长》、《硝烟散后》、《春天的经历》、《巨人的握手》等。

1992年的代表作有《唐明皇》、《半边楼》、《风雨丽人》、《双桥故事》、《中国商人》、《苏雅的故事》、《古船·女人和网》、《女人不是月亮》、《华西村的故事》、《天梦》、《擎天柱》、《看不懂了,女人们》、《黑槐树》、《哦,王稼祥》、《回娘家》、《一村之长》、《喊魂》、《白马》、《净魂》、《特殊军营》、《石门情报站》、《"杀人街"的故事》、《帅大姐》、《张培英》、《皎皎白玉兰》、《李济深北行》、《野姑娘茉莉花》等。

1993年的代表作有《大潮汐》、《情满珠江》、《潮起潮落》、《大进攻序曲》、《神禾源》、《北京人在纽约》、《针眼警官》、《大雪小雪又一年》、《颍河故事》、《喂,菲亚特》、《离别广岛的日子》、《豫东之战》、《走进香巴拉》、《神圣的军旗》、《凤凰琴》、《山野》、《在部落的废墟这边》、《姊妹坡》、《过把瘾》、《小墩子》、《狂飙》、《大地缘》、《代号4991》等。

1994年的代表作有《三国演义》、《雪震》、《东方商人》、《农民的儿子》、《上海大风暴》、《昌晋源票号》、《大老板程长庚》、《河弯弯,路弯弯》、《苍茫》、《乡里故事》、《洋行里的中国小姐》、《孽债》、《年轮》、《沟里人》、《九·一八大案纪实》、《马本斋》、《天路》、《紧急追捕》、《士兵今年十八九》、《京九情》、《秦川牛》、《法官潘火中》、《周恩来在大连》等。

1995年的代表作有《苍天在上》、《英雄无悔》、《西部警察》、《咱爸咱妈》、《梦醒五棵柳》、《坨子屯纪事》、《国脉春秋》、《趟过男人河的女人》、《布依女》、《孔繁森》、《七战七捷》、《邓颖超和她的妈妈》、《黄土岭1939》、《总督张之洞》、《乘警李小咪》、《血墙》、《蒙山之子》、《上马石》、《牧云的男人》、《家在三峡》、《郁达夫之死》、《黄昏放牛》、《黑脸汉子》、《宰相刘罗锅》、《金海岸》等。

1996年的代表作有《和平年代》、《车间主任》、《弘一大师》、《问鼎长天》、《林则徐》、《司马迁》、《子夜》、《血战万源》、《长征岁月》、《远东阴谋》、《男人没烦恼》、《乡村女法官》、《毛泽东在陕北》、《党员二楞妈》、《大漠丰碑》、《深圳人》、《燃烧的烛光》、《遵义会议》、《多雪的冬季》、《大渡桥横铁索寒》、《黑天鹅》、《一号机密》、《月落女儿湖》、《同船过渡》、《彩云追月》、《乡党委书记》、《相约在春天》、《心灵的瞳孔》、《吴天祥的故事》、《儿女情长》等。

1997年的代表作有《水浒传》、《人间正道》、《难忘岁月——红旗渠的故事》、《红十字方队》、《香港的故事》、《驱逐舰舰长》、《马寅初》、《警方110》、《与周恩来同窗的岁月》、《香港的故事》等。

1998年的代表作有《走过柳源》、《雍正王朝》、《牵手》、《好好过日子》、《抉择》、《还珠格格》、《血色黎明》、《海风吹过的乡村》、《最高的涝坝》、《她从乡下来》、《呼唤》、《走过秋冬春夏》、《千秋之约》《中国机长》、《北京往北是北大荒》、《阳光地带》、《追逐墨尔本》、《大学女孩》、《毕业生》、《济南战役》、《少奇同志》、《朱德上井冈》、《黄克诚》、《铁血英才刘伯坚》、《水命》、《昆仑女神》、《绍兴师爷》、《魂系梨园》、《海有多宽》、《无言的爱》、《劳动的人们在歌唱》、《笑傲苍穹》、《甲午陆战》、《海上圣火》、《虎踞钟山》等。

1999年的代表作有《钢铁是怎样炼成的》、《西藏风云》、《中国命运的决战》、《开国领袖毛泽东》、《突出重围》、《永不瞑目》、《中国命运的决战》、《大明宫词》、《刑警本色》、《贫嘴张大民的幸福生活》、《田教授家的28个保姆》、《北京女人》、《嫂娘》、《裂缝》、《徐海东大将》、《邓小平在1950》、《独立寒秋》、《天边有个威海卫》、《今天我是升旗手》、《三选村官》、《大树临风》等。

2000年的代表作有《大雪无痕》、《女子特警队》、《公家人》、《帕米尔医生》、《一代廉吏于成龙》、《太平天国》、《朱德元帅》、《世纪人生》、《壮志凌云》、《警察李"酒瓶"》、《我亲爱的祖国》、《党员金柱有点忙》、《红色康乃馨》、《红岸——邓小平在1929》、《公家人》、《二月》、《木瓜上市》、《水的女儿》等。

2001年的代表作有《长征》、《激情燃烧的岁月》、《空镜子》、《大法官》、《忠诚》、《日出东方》、《刘老根》、《永不放弃》、《康熙王朝》、《天下粮仓》、《乘着歌声的翅膀》、《不惑

之年》、《向前，向前》、《最后的村庄》、《中国仪仗兵》、《好人李司法》、《渭华起义》等。

2002年的代表作有《省委书记》、《誓言无声》、《希望的田野》、《DA师》、《世纪之约》、《云淡天高》、《神医喜来乐》、《大哥》、《不要和陌生人说话》、《橘子红了》、《导弹旅长》、《尘埃落定》、《孝庄秘史》、《大脚马皇后》、《恽代英》、《远山远水》、《契丹英后》、《移民金大花》、《窦娥冤》等。

2003年的代表作有《延安颂》、《亲情树》、《归途如虹》、《结婚十年》、《浪漫的事》、《好爹好娘》、《当家的女人》、《大染坊》、《荣誉》、《忠诚卫士》、《新四军》、《江山》、《郭秀明》、《走进八里堡》、《我们的连队》、《三连襟》、《没有硝烟的战争》、《孔乙己》、《好大一对羊》等。

2004年的代表作有《无愧苍生》、《记忆的证明》、《历史的天空》、《守望幸福》、《五月槐花香》、《种啥得啥》、《红领章》、《婆婆》、《大姐》、《妻子》、《我的兄弟姐妹》、《中国式离婚》、《有泪尽情流》、《香樟树》、《海棠依旧》、《女子监狱》、《天地粮人》、《台湾首任巡抚刘铭传》、《汉武大帝》、《成吉思汗》、《沧海百年》、《倚天钦差》、《龙票》、《红旗谱》、《苦菜花》、《小兵张嘎》、《天龙八部》、《连城诀》、《萍踪侠影》、《当家人》、《侦察兵的荣誉》等。

2005年的代表作有《亮剑》、《八路军》、《军歌嘹亮》、《敌后武工队》、《铁道游击队》、《野火春风斗古城》、《吕梁英雄传》、《军人机密》、《红色娘子军》、《铁色高原》、《家有九凤》、《圣水湖畔》、《美丽的田野》、《半路夫妻》、《马大帅2》、《我的兄弟姐妹》、《汉武大帝》、《京华烟云》、《茶马古道》、《任长霞》、《家风》、《有泪尽情流》、《守望幸福》、《哑巴新娘》、《小鱼儿与花无缺》等。

2006年的代表作有《乔家大院》、《范府大院》、《血色残阳》、《徽娘宛心》、《红顶商人胡雪岩》、《玉碎》、《关东金王》、《五妹》、《婆家娘家》、《麻辣婆媳》、《危情杜鹃》、《新结婚时代》、《生死劫》、《错爱》、《半路夫妻》、《女工》、《幸福有多远》、《双面胶》、《中国母亲》、《悠悠寸草心》、《我爱我夫我爱子》、《春天后母心》、《都市外乡人》、《别拿豆包不当干粮》、《垂直打击》、《石破天惊》、《沙家浜》、《龙虎人生》、《红色记忆》、《诺尔曼·白求恩》、《青春之歌》、《暗算》、《刀锋1937》、《光荣》、《密电风云》、《功勋》、《国家机密》、《清宫风云》、《康熙秘史》、《昭君出塞》、《杨乃武与小白菜》、《白蛇传》、《神雕侠侣》等。

2007年的代表作有《士兵突击》、《金婚》、《红梅花开》、《大校的女儿》、《沧海英雄》、《最后的子弹》、《51号兵站》、《5号特工组》、《万山剿匪记》、《女人心事》、《继父》、《房前屋后》、《孝子》、《女人不哭》、《亲兄热弟》、《守候幸福》、《爱了，散了》、《奋斗》、《与青春有关的日子》、《五星大饭店》、《秦始皇》、《卧薪尝胆》、《贞观长歌》、《大明王朝

1566》、《大人物》、《新上海滩》、《霍元甲》、《使命》、《国家干部》、《谁主沉浮》、《谁在说谎》、《局中局》、《交通警察》、《高纬度战栗》、《香港姊妹》、《荣归》、《岁月风云》、《碧血剑》、《雪山飞狐》、《大旗英雄传》、《楚留香传奇》等。

2008年的代表作有《闯关东》、《新不了情》、《静静的白桦林》、《国家行动》、《旗舰》、《狼毒花》、《大刀》、《大地》、《十万人家》、《震撼世界的七日》、《鹿鼎记》、《东归英雄》、《李小龙传奇》、《羊城暗哨》、《5号特工组》、《特殊使命》、《数风流人物》、《天字1号》、《功勋》、《潜伏》、《血色迷雾》、《红色追击令》、《生死谍恋》、《狐步谍影》、《中国兄弟连》、《乔省长和他的女儿们》、《幸福里9号》、《女人何苦为难女人》、《魔幻手机》、《胭脂雪》、《甜蜜蜜》、《射雕英雄传》、《鹿鼎记》等。

2009年的代表作有《走西口》、《保卫延安》、《我的团长我的团》、《人间正道是沧桑》、《我的兄弟叫顺溜》、《解放》、《今天欠你一个拥抱》、《金色农家》、《雪域大路》、《决战黎明》、《奠基者》、《战斗的青春》、《龙须沟》、《誓言永恒》、《决战南京》、《五星红旗迎风飘扬》、《生于1949》、《一个女人的史诗》、《娘》、《叫一声父亲有多难》、《蝴蝶》、《故梦》、《金大班的最后一夜》、《采桑子》、《关东大先生》、《老爸快跑》、《潜伏》、《王贵与安娜》、《我的青春谁做主》、《艰难爱情》、《纸醉金迷》、《新流星花园》、《上海上海》、《恒星上的双钢琴》、《青春舞台》、《微笑在我心》、《男人的承诺》、《牛郎织女》、《倚天屠龙记》、《仙剑奇侠传3》等。

## 第五节 电视系列剧

### 一、定义

电视系列剧是指连续播出，但故事情节并不具有必然联系的剧情类电视节目形态。

电视系列剧有些是每集单独展开一个故事，有些则是若干集展开一个故事。在电视系列剧中，不同故事之间并没有前后连贯的关系；把这些故事维系在一起的，是恒定不变的主要角色、人物关系、视觉风格和叙事模式。

电视系列剧在欧美等国家最受欢迎，超长篇幅的电视系列剧屡见不鲜。其中最长的为美国哥伦比亚广播公司的《指路明灯》。该剧的前身为1932年在美国全国广播公司广播电台中开始播出的同名广播系列剧。《指路明灯》1952年在美国哥伦比亚广播公司电视台开始播放，最后一集在2009年9月18日播出。

长期以来，中国剧情类电视节目的观众对每集或每部构成一个相对独立故事的电视系列剧并不是非常认同，他们更乐于欣赏像中国古代章回体小说一样的电视连续剧。

## 二、分类

根据标准和角度的不同，电视系列剧如下三种分类方法：

按照反映时代，可分为古代题材电视系列剧、近代题材剧电视系列剧、现代题材电视系列剧、当代题材电视系列剧。

按照题材内容，可分为重大革命历史题材电视系列剧、历史题材电视系列剧、军事题材电视系列剧、谍战题材电视系列剧、反腐题材电视系列剧、家庭伦理题材电视系列剧、都市言情题材电视系列剧、工业题材电视系列剧、农业题材电视系列剧、商战题材电视系列剧、武侠题材电视系列剧、传奇题材电视系列剧、神话题材电视系列剧等。

按照戏剧类型，可分为正剧型电视系列剧、悲剧型电视系列剧、喜剧型电视系列剧（情景喜剧）。

## 三、主要特征

### （一）单集的独立性

如果单从电视系列剧某一集来看，有点类似于电视单本剧，每一集都讲述一个完整的故事。例如电视连续剧《西游记》可视为电视系列剧，它主要讲述唐僧师徒西天取经一路上降妖除魔的故事，每一集都降服一个或几个妖怪，降服之后故事结束，继续西行，下一集再遇妖怪，再降服，再西行；从这个角度讲，各集之间的故事结构有某种类似性，彼此之间内容联系不大，因而观众从任何一集看起都不会存在太大的接受障碍，甚至把其中某两集的位置对调一下也不会产生明显的影响。这种单集故事的独立性是电视系列剧的一个重要特征。

### （二）多集的关联性

电视系列剧各集故事之间的关联主要靠人物来完成。不管一部电视系列剧有多少集、多少故事，其主要人物是始终不变的。例如《西游记》以唐僧师徒 4 人为主要人物；《包公》以包公、展昭、王朝、马汉、张龙、赵虎等为主要人物。主要人物在每集的故事中都必须出场，在相似或相同的背景、场景中演绎故事。《聊斋》从表面上来看，每一

集都是一个完整的故事，每个故事里都有一个新的人物，譬如《乔女》中的乔女、《婴宁》中的婴宁、《莲香》中的莲香、《鲁公女》中的鲁公女，人物似乎并不统一，彼此之间好像毫无联系。但是，这些狐仙、花妖、神鬼、精灵，又同属于“怪异”一类，这些实际上并不存在的形象，都被赋予了鲜活的人性和细腻的人情，他们实际上是披着“怪异”外衣的真正的人。从这个角度看，《聊斋》各集中的主要人物，也具有某种内在的关联性。

(三)风格的统一性

虽然电视系列剧各集之间的情节没有必然的联系，但其基本风格却是一致的，在统一的风格之下，表现着共同的主题。例如《西游记》基本上采用神话传说的风格，表达的是降妖除魔的主题；《包公》采用推理侦破小说的风格，主题思想集中在惩恶扬善上。在同一个主题的统领之下，以同样的风格来予以表现，使观众容易形成相似的审美期待心理，在传播和接受上达到某种一致性，这种特点更符合电视的传播特性。

(四)人物的扁平性

在电视系列剧中，主要人物的性格都是各有特色、十分鲜明的，他们之间存在着相当大的差异，这样使观众一眼就能够给人物一个定位。但从整体上各个人物的性格又形成一种互补关系，而且往往形成二元对立的格局，譬如有新就必有旧、有先进就必有落后、有大公无私就必有自私自利、有勤劳勇敢就必有懒惰怯懦等等。这种人物性格上的差异性有利于形成性格冲突，增加情节的变化和情趣，同时也限制了人物性格的多方面展示，使其成为面具化的扁平人物。扁平人物在中国有着悠久的传统和巨大的影响，是中华民族审美趣味的历史凝结，带有民间底层艺术的鲜明印记。电视系列剧以个性化的人物作为引导观众进入剧情和连接各集的桥梁，寄托着观众的审美理想和审美情趣，是观众对于现实生活的一种超越性想象，因而具有巨大的历史继承性和广泛的观众接受基础。

## 四、历史源流

(一)发轫时期(1980—1984)

1980年1月5日，中央电视台开始播出美国电视系列剧《大西洋底来的人》，这是中国内地引进的第一部外国电视系列剧，每周一集，由香港演员配音。

该电视系列剧源自1964年欧文·艾伦导演的长达110集的著名电视系列剧《海

底游记》。其中的21集于20世纪70年代末被介绍到中国内地，这就是《大西洋底来的人》。

一个神秘的元旦晚，海底巨浪把奇异的生物麦克·哈克斯送到岸上。当医学界认为其已经死亡而无能为力时，海洋学家伊丽沙白·玛丽博士把他放回海洋，才使他得以复活。至于他从哪里来，要到哪里去，他自己也不知道。麦克接受了一连串的试验，以测验他的速度、灵敏度和力量。虽然麦克获准返回海洋世界，但他决定留下来帮助玛丽博士等人探索海洋，同时也学习有关人类的知识。

与后来的华丽大片相比，《大西洋底来的人》显得非常质朴。淡出淡入的场景剪辑很有几分原始感。影片主要背景是一家"海洋研究院"，它坐落于某个海滨小城，所以观众更看不到时下好莱坞影片中彰显财富和奢华的曼哈顿群楼，或者类似的城市建筑，甚至配乐也只用了普通的电子琴。

但是，《大西洋底来的人》仍然拥有全方位的魅力。它是一部"干净"的科幻片：男女主人公潇洒漂亮，彼此关心，经常相伴出生入死，分别搭救过对方性命许多次，但从头到尾竟然接吻都没有一回。偶尔有一些简单打斗，也都是为了剧情需要，点到为止，绝不多占篇幅。好奇心和探索欲是优秀科幻影视剧要给予观众的最大满足。"你知道得越多，越觉得自己无知"，剧中这句台词申明了该剧的主题。在体现科幻艺术核心魅力方面，这部科幻电视系列剧堪称范本。

1980年10月11日，由上海电影译制厂与中央电视台译制组联合译制的26集美国惊险电视系列剧《加里森敢死队》开始在中央电视台播出，每周播放1集。由于剧中人物的言行引起一些青少年的盲目模仿，产生了一定的消极影响，在播出12集后停播。

1982年，中国广播电视艺术团电视剧团摄制的《多棱镜(第一部)》和《司机王宝》是我国最早的电视系列剧。前一部作品荣获第一届中国电视金鹰奖优秀短剧奖，后一部作品荣获第三届全国电视剧飞天奖一等奖和《中外电视》优秀剧本一等奖。

(二)发展时期(1985—1990)

在这一时期涌现了一大批电视系列剧精品佳作，如1985年拍摄的《济公》、《儒林外史》、《包公》，1987年拍摄的《西游记》、1988年拍摄的《聊斋》、1991年拍摄的《编辑部的故事》、1992年拍摄的《我爱我家》、1998年拍摄的《闲人马大姐》、1999年的《新七十二家房客》、2000年的《外地媳妇本地郎》等。

《济公》风格自由、诙谐，客观地反映了社会上价值思潮和审美趣味的碰撞，播出时

达到万人空巷的效果。济公的扮演者游本昌以诙谐自如、妙趣横生的表演赢得了观众的普遍好评，红遍了大江南北。他一边游戏人间，一边普度众生，在嬉笑怒骂中，演尽逍遥逸事。游本昌凭此剧连获全国电视金鹰奖最佳男主角奖及电视明星太平洋杯青年最喜爱的电视男演员奖。

从1982年开始，中国电视剧制作中心着手将中国四大古典文学名著逐一改编为电视连续剧。电视系列剧《西游记》在1982年和1986年曾两次试播，成为轰动一时的文化事件。

1988年2月1日，由中央电视台、中国电视剧制作中心和铁道部第12工程局联合录制的25集电视系列剧《西游记》，开始在中央电视台第一套节目中连续播出。该剧总长25小时，成功地塑造了孙悟空这个不畏艰险、勇于追求、敢于反叛的神话英雄形象。作品削除了原作中的封建迷信、因果报应等内容，突出了进取、抗争的精神，尤其是剧中大胆采用了声光电等现代科技手段，创造了一个绚丽夺目的艺术世界。

对于电视系列剧《西游记》的意义，有研究者评价道："它的出现代表了电视剧作为一项娱乐而非文艺门类彻底建立了起来。想想看，之前国内(港台剧除外)有拍过如此幽默、打斗、神奇和炫目的电视剧吗？没有。除去原著本身的娱乐性外，编导不搞大主题、大意义，坚持好看第一的方向也是值得欣赏的。"[①]

福建电视台和南昌影视创作研究所联合录制电视系列剧《聊斋》，根据中国古典文学名著《聊斋志异》改编。该剧从蒲松龄原著492篇文言短篇小说中选择了最有代表性的60篇加以改编，总计60部80集，是当时全国最长的电视系列剧。全剧在艺术风格上总体把握住"怪异、人情、哲理"6个字，并力求做到雅俗共赏。

### (三)繁荣时期(1991—)

这一阶段以北京电视剧制作中心1991年录制的25集大型系列室内轻喜剧《编辑部的故事》的播出为标志。该剧由王朔担任编剧，金贵担任导演，荣获第十二届中国电视剧"飞天奖"长篇连续剧二等奖、优秀女主角奖、优秀剪辑奖、优秀音响奖。《编辑部的故事》取材于社会生活中的热门话题，以京城的《人间指南》编辑部为主要场景，由6位年龄不等、性格各异却善解人意、热心助人的编辑贯穿全剧始终，从一个侧面折射当代人的心态，诉说大众生活的酸甜苦辣。每集故事独立成章，诙谐幽默，妙语连珠。

1992年以后，作为电视系列剧子形态的电视情景喜剧悄然兴起，涌现出《我爱我

---

① 《南都娱乐周刊》:《娱乐30年——那些有分量的快乐》，漓江出版社2009年版，第84页。

家》、《闲人马大姐》、《新七十二家房客》、《外地媳妇本地郎》等一大批佳作。

这一时期还有一个值得关注的现象是，2008年以来，欧美国家和地区的季播电视系列剧节目形态开始为中国内地电视机构竞相引入，其中比较知名的有湖南电视台的《丑女无敌》、上海文广新闻传媒集团的《青蛙王子》、《加油，优雅！》，天津电视台的《小房东》、《杨光的快乐生活》，重庆电视台的《新街坊邻居》、《民国奇案》，安徽卫视的《幸福一定强》等。

季播电视系列剧，每集45分钟，一般以25至40集左右为一个播出季；每集一个小故事，25至40集左右一个大故事；每周一集或几天一集，固定时间播出。观众不管是从第一集看到最后一集，还是只看其中某几集，都能够很好地融入剧情。它充分照顾现代观众的收视习惯和心理。季播电视系列剧并不等同于电视系列剧及其续集，它不是一部电视系列剧播火了再拍第二部、第三部、第四部等，而是从一开始就已经将整部剧的时间、地点、人物命运及故事情节设计成型，有计划、有步骤地进行拍摄。

在“季播”的整体框架下，电视系列剧的剧本创作、样片交易乃至后续制作等环节也具备季节性，与“季播”要求紧密配合；在收视旺季开始之前，电视台可以从数以千计的脚本中挑选出最具竞争力的进行试拍和试播，以保证在收视旺季开始时，能够在固定时段推出最具竞争力的电视系列剧。择优而用的节目内容是各电视台“季播”编排竞争力的保障。目前中国内地部分电视频道推行的“季播”往往在频道现有资源或者少数为“季播”定制的电视系列剧上做文章，内容选择余地较小，市场效果往往难以保障。

## 第六节　电视情景喜剧

### 一、定义

电视情景喜剧是以喜剧为主导元素的电视系列剧节目形态。

情景喜剧（situation comedy或其缩写sitcom），又称情境喜剧，是一种喜剧演出形式，最开始出现在广播中，时至今日也将其大本营搬到了电视屏幕上。

这种节目形态一般认为出现在美国广播黄金时代（20世纪20年代至50年代），如今在世界范围内被广为接受。在很多国家和地区，情景喜剧都是最受欢迎的电视节目之一。

美国的电视剧分类中，情景喜剧（sitcom）、肥皂剧（soap opera）、情节系列剧（dra-

ma)三者都属于电视连续剧的范畴;虽然后两者之间常互相渗透,但情景喜剧与后两者之间的区别很大。除情景喜剧外,其他一些搞笑成分居多的剧集,虽然在题材内容、表现形式、时间长短上与情节系列剧一样,但在参加电视节目奖项角逐时,通常也会归入喜剧类。

其他国家和地区对电视情景喜剧和其他剧情类节目形态的归属划分和美国并不相同,如中国内地很多研究者认为电视情景喜剧属于电视肥皂剧的范畴。

电视情景喜剧以制造笑料为自身的特色,主要强调喜剧效果,而不过于注重情节。它是一种以社会和家庭人际关系为主要内容的叙事性系列喜剧,在播出时伴有现场观众或后期加入的笑声。

电视情景喜剧一般有固定的主演阵容,一条或多条故事线,围绕家庭或办公室等一个或多个固定场景进行。一般是每集独立成篇,在每一集中都展开一个矛盾,同时在本集结束时得到解决,使故事中的人物重新回到起点,以便于在下一集中重新展开新的矛盾。随着情景喜剧越来越多地出现在电视屏幕上,剧情也开始逐渐变得程式化,观众甚至已经能够猜测出危机或者高潮将会出现在第几分钟的时间里。

在中国内地,电视情景喜剧主要分为方言情景喜剧和普通话情景喜剧两大类。

## 二、主要特征

### (一)语言的幽默性

电视情景喜剧发源于广播喜剧。广播喜剧本身通过幽默的语言逗乐,电视情景喜剧延续了这一特征,从本质上讲,电视情景喜剧是一种语言的艺术。电视情景喜剧的语言是一种以娱乐大众为目的的诙谐幽默的人物对话,这种对话有时是妙言警句,有时是讽刺嘲弄,有时又是指桑骂槐、一语双关,其中体现出的价值观念和生活方式的冲突,是电视情景喜剧之为喜剧的主要原因。同时,在电视情景喜剧中,幽默的肢体语言也是喜剧性元素之一。

### (二)场景的固定性

电视情景喜剧大多采用舞台剧式的场景,演员仿佛置身于现实主义风格的话剧舞台上。这种舞台剧式的场景是相对固定的,不仅在某一集中频繁出现,甚至整部剧都只有两三个主要场景,如《我爱我家》最常见的场景就是客厅、餐厅、卧室。当然,电视情景喜剧中根据剧情的需要,还要设计一些辅助性的场景,如室外运动场、街道、公共

汽车等。

(三)观演的互动性

在电视情景喜剧中,双向互动的观演关系是一个很重要的特点。在拍摄现场,观众席往往和演员表演的舞台并存,演员的表演会引发观众的种种反应,如掌声或嘘声等,观众的反应同时也会影响演员的情绪,观众的鼓励使演员更加自信地展示自己。因此,有现场观众的电视情景喜剧才是真正的电视情景喜剧。演员的表演伴随着观众的笑声,已成为电视情景喜剧的一个标志性符号,同时,笑声也是观众反应的主要方面。观众的笑声作为一种辅助性表演出现在电视情景喜剧中,目的主要就是使演员在表演的时候与观众进行情感交流,从而更加激发创作的欲望。有的电视情景喜剧在拍摄过程中没有现场观众的参与,便以"罐装笑声"模拟现场观众的反应,加入到节目中,这样也能够在一定程度上调动电视机前观众的情绪。

(四)叙事的简明性

电视情景喜剧大多在晚间黄金时段推出,观众往往在劳累一天后观看电视,目的主要是为了获得休闲娱乐。电视情景喜剧每集的叙事相对比较平淡,情节设计简单,几乎没有什么悬念,平均几秒钟就使观众笑一次,旨在满足观众放松、消遣的娱乐需求。可以说,电视情景喜剧简明的娱乐特性非常适合现代人的文化消费观念。

(五)线索的单一性

传统电视情景喜剧线索单一、结构固定,在每集约 30 分钟时间内,讲述一个故事,其开端、发展、高潮、结尾俱全。但现在的电视情景喜剧大多数是多线叙事。

(六)制作的流程性

电视情景喜剧一般采用边拍边播的模式,是流水线上集体创作的结果。以美国为例,各大电视网的情景喜剧一般是在每年的 9 月推出,到第二年的 4 月结束,这大约 30 周的时间为一个演季。这一演季播出的节目往往从上一年的 9 月开始准备。在一个演季开始前,通常有 4 部成品,余下的部分就需要在这一演季中,一边写剧本,一边拍摄,这样可以根据播出情况及时调整剧情,或者与时事相联系产生新的创意。

## 三、历史源流

### (一)发轫时期(1992—1993)

1992年5月,在美国极受欢迎的电视情景喜剧《成长的烦恼》正式落下帷幕,结束了其长达7年160余集的马拉松式拍摄。1992年11月5日,导演英达与作家王朔第一次讨论《我爱我家》的有关创作。这一天后来也被确定为中国内地情景喜剧的诞生之日。

《我爱我家》描写了20世纪90年代初北京一个三代同堂的退休老干部傅明一家的普通生活。剧中不但描写了三代人之间的戏剧冲突,还多层次地展示了一幅改革开放背景下色彩斑斓的人间百态。该剧在北京有线电视台播出后,在观众中引起很大反响,在北京地区的收视率超过了20%,击败了当时中央电视台第一套节目黄金时段播出的电视连续剧《红十字方队》。《我爱我家》刚播出时,评论界没见过这个新鲜事物,当时该剧受到批评,《我爱我家》只播了6集就草草收场了。

1994年4月25日,香港卫视中文台首先试播《我爱我家》前40集,取得了良好的口碑和经济效益。

如今,每当《我爱我家》重播时,依然会使"熟视"多遍的观众再度锁定遥控器,继而忍不住发笑,这就是《我爱我家》的惊人魅力。

### (二)发展时期(1994—2000)

随着《我爱我家》逐渐在全国范围内被接受并带来可观的经济效益,英达在1995年成立了英氏影视艺术公司,进行专业化、正规化的情景喜剧制作,并接连推出了《候车大厅》、《新七十二家房客》、《中国餐馆》等作品。有数据显示,在这一阶段英氏影视艺术公司以平均每年上百集1至2部的速度生产情景喜剧。

1994年推出的《起步停车》是继《我爱我家》之后英达筹备的第一部作品,讲述京郊某驾校里的故事,加入了许多街景。但在收视率方面,《起步停车》没能延续《我爱我家》的观众热情。

1996年英氏影视艺术公司推出《心理诊所》,原本想借"心理诊所"这个场景探究社会上人们的复杂内心世界,可是由于从编剧到演员的处理欠妥,最后整个故事由情景喜剧蜕变为带科普宣传性质的系列短剧,效果差强人意。

1997年的《候车大厅》是英达与弟弟英壮合作的作品。故事以东北某中等城市的

火车站为场景，讲述在站务工作人员与旅客之间发生的点滴故事。这部作品采用了一些东北方言，而杨青扮演的“秀花”真实质朴，非常符合剧情对女主角的要求。这部作品虽然没有再现《我爱我家》的轰动效应，但却也得到了观众的认可。

1997 年英氏影视艺术公司推出《中国餐馆》，场景地选在了美国洛杉矶的一家中国餐馆，讲述了一群中国人在那里发生的故事。该剧选取美国的文化背景，以期取得新奇效果，但由于脱离中国现实生活，播出后影响很小。

1998 年英氏影视艺术公司推出的《闲人马大姐》算是这一时期收视率较高的作品。故事以北京的居民楼为主要场景，以退休职工马大姐为核心人物。由蔡明扮演的马大姐人闲心不闲，她热心街坊邻里和亲朋好友的大事小情，由此衍生出一连串的喜剧故事。

英氏影视艺术公司的成功引起了其他投资和制作机构对于电视情景喜剧的兴趣，其中能与英氏影视艺术公司为代表的北方情景喜剧相呼应的当数“海派”和“粤派”情景喜剧。

1998 年 7 月 5 日，上海东方电视台第 20 频道推出《老娘舅》。该栏目集上海和长三角地区的优秀滑稽戏、影视表演及戏曲表演特色于一剧，以社会公德、职业道德、家庭美德为宣传宗旨，以室内喜剧为载体，以贴近生活、讲述老百姓的故事为创作定位，以与社会同步为发展目标。该节目制作精良，艺术性强，取得了良好的社会效益和经济效益。

1999 年播出的《新七十二家房客》是英氏影视艺术公司以上海方言拍摄的情景喜剧。该剧以老石库门里的邻里关系做文章，可谓抓住了上海市民生活的精髓。该剧严顺开等沪上明星担纲，令人耳目一新。

1999 年，北京广播学院下属亚环影音制作公司与北京、上海等百余家电视台为了开发 6：30 至 7：00 时时段创办了《六三〇剧场》，对于这个半小时的剧场栏目来说，电视情景喜剧无疑是一个很好的选择。从创办到现在，该剧场先后播放过的电视情景喜剧有《闲人马大姐》、《幸福街》、《网虫日记》、《天才保姆》、《中国餐馆》等。可以说，《六三〇剧场》为中国电视情景喜剧提供了一个较为稳定的平台，这对于中国电视情景喜剧的发展意义重大。

2000 年广东电视台珠江频道播出的《外来媳妇本地郎》是一部用粤语演绎的电视情景喜剧，开创了完全用方言创作电视情景喜剧的先河。该剧充满现代大都市生活气息和浓郁的广州地域特色，语言风趣幽默，人物个性鲜明，艺术性与观赏性兼具。该剧超过 1000 集，是迄今为止中国内地播出时间最长、集数最多的电视系列剧。

虽然这一时期电视情景喜剧的产量不少，也曾出现一些收视率较高的作品，但总体来看，影响力都未超过《我爱我家》，有学者甚至认为中国情景喜剧已经未老先衰，是观众“餐桌上一杯渐渐冷掉的咖啡”①。

（三）成熟时期（2001—）

跨入新世纪的中国电视情景喜剧生产进入成熟时期，涌现出多部有影响力的作品。譬如2001年的《东北一家人》、《欢乐青春》、《客到我家》、《生活甜蜜蜜》、《玫瑰玫瑰我爱你》、《TV酒吧》、《六人分租屋》、《洋话连篇》，2002年的《闲人马大姐》、《候车室的故事》、《西安虎家》、《新幸福街回顾》、《炊事班的故事》、《咱老百姓》、《体育人家》、《表演系的故事》、《居委会龙头阵》、《方脑壳的故事》、《老娘舅》、《红茶坊》、《广州人家——开心二十四味》、《足球大过天》、《新上海屋檐下》、《漫画苏虾》、《柴米新人类》，2003年的《售楼处的故事》、《带着孩子结婚》、《开心公寓》、《双人房单人床》、《东寺街西寺巷》、《都市男女》、《都市第五季》、《老威的X计划》、《留美房客》、《男人四十跑出租》，2004年的《税务所的故事》、《巴哥正传》、《迷人大院》、《售楼小姐》、《深圳出租房》、《清明酒家》、《司徒公办案》、《大话黄飞鸿》、《都市三家村》、《美丽冤家》、《健康快车》，2005年的《老爸两边走》、《快乐电信街》、《搭白算数》、《家有儿女》，2006年的《武林外传》、《小房东》、《杨光的快乐生活》等。

中国电视情景喜剧在这一时期培养了一批观众、导演、演员。由于在持续3年共280余集的《闲人马大姐》②中的精彩表演，“马大姐”几乎成了主演蔡明的代名词。人们对电视情景喜剧的认识越来越深刻，投资商不断加大投资，电视情景喜剧的艺术特征也愈发清晰：从制作方面讲，内容多元化趋势明显；语言方言化、风格地域化特征突出；从单景向多景发展，室外场景增加；古装电视情景喜剧开始出现。

《炊事班的故事》由空军电视艺术中心和中央电视台影视部联合制作，2002年在中央电视台电视剧频道首播，为中国内地第一部军旅题材的电视情景喜剧。③

《武林外传》成为中国第一部大型章回体古装电视情景喜剧。作为喜剧元素的杂拌，该剧有传统戏剧的叙事纠葛，有相声和其他戏曲的语汇特色，有黑色幽默的趣味，有通俗闹剧的成分，有无厘头点缀和陌生化效果，有网络语言和时尚资讯，以及广告段

---

① 张建珍：《关于“逃避”的集体庆典——由〈我爱我家〉谈情景喜剧》，载《中国电视》1998年第8期。

② 《闲人马大姐》荣获2002年度第二十三届中国电视剧飞天奖最佳系列剧奖，是第一个获得国家政府奖的电视情景系列作品。

③ 该剧荣获2003年度第二十四届中国电视剧飞天奖最佳系列剧奖、第二十三届中国电视金鹰奖长篇电视剧优秀作品奖、第十五届全军电视剧金星奖长篇电视剧二等奖。

落、电脑游戏、通俗歌曲、综艺模拟；嬉笑怒骂、歌功颂德、夸张搞笑、深情赞美、不拘一格统统拿来，各式手段融为一体。“既传承经典又离经叛道，既追求喜感又不乏温情，将传统现实主义的教诲和后现代风格的解构相结合，最终成就了这部电视剧。”[①]

1996 年 1 月，中央电视台推出的《欢乐家庭》栏目是中国内地第一档电视情景喜剧栏目。该栏目开办之初就是以公司化方式运作的，也可称为中央电视台甚至国内最早进行制播分离改革试验的栏目。从创办到现在，《欢乐家庭》在运行体制上经历了三次变化：1996 年至 2004 年，栏目采取的是全额自养的方式，期间共拍摄和播出 8 部电视情景喜剧，全部为自制；2005 年至 2006 年采取收购制，每年播出 260 期 520 集电视情景喜剧；2007 年以后采取广告差额自养方式，自行投拍新剧，仅 2007 年就拍摄了 4 部电视情景喜剧。[②]

2007 年，中国首届电视情景喜剧年会暨电视情景喜剧剧场启动仪式举行，联动 31 个省市级电视台的《情景喜剧剧场》正式开播。

纵观国产电视情景喜剧十余年的发展，节目质量、播出数量、播放时间和观众规模等方面都取得了不俗的成绩。

## 第七节　电视栏目剧

### 一、定义

电视栏目剧是栏目化的电视短剧节目形态。[③]

从创新的角度来审视，电视栏目剧不能称之为原创性的电视节目形态，原因是电视短剧这种节目形态很早就存在了，不过电视栏目剧除继承了电视短剧的诸多内容元素和形式元素外，还融合了报告文学、小小说、评书、戏剧、新闻等诸多故事性和时效性元素，并采用了栏目化的编播方式。

事实上，在对电视栏目剧的认识上，电视业界和学界目前仍存在着一些分歧，主要有以下三种不同的观点：一种观点认为电视栏目剧是在内容情节上不具有连续性的栏

---

① 仲呈祥、陈友军：《中国电视剧历史教程》，中国传媒大学出版社 2009 年版，第 133 页。

② 任达清：《从〈欢乐家庭〉实践看制播分离改革》，载《现代传播》2009 年第 1 期。

③ 黄会林、彭吉象、张同道、陈旭光、周安华主编的《电视学导论》（高等教育出版社 2008 年版，第 79 页）认为“国内电视台创作的电视栏目剧是一种中国本土原创的电视短剧类型，以四川电视台的《经济麻辣烫》和重庆电视台的《雾都夜话》为代表，它们在栏目化的形式中注重故事性和时效性表现，成为一种新的电视短剧类型”。

目化的电视短剧;一种观点认为电视栏目剧是故事化的电视栏目,是依托固定的电视栏目来讲述故事;还有一种观点认为电视栏目剧是独立的电视节目形态,有其独具的电视美学特征、电视艺术特征、电视传播特征和电视生产特征。简而言之,一种观点倾向于“剧”,一种观点倾向于“栏目”,一种观点倾向于“独立形态”。其实,这三种观点分别反映了研究者对电视栏目剧本体探索的不同角度和路径,都不同程度地反映了电视栏目剧的某种内在的、质的规定性。

从电视传媒本体的角度来看,电视栏目剧可以说是一种最具有电视传媒特色和品格的剧情类电视节目形态。而此前的电视直播剧更像电视版的舞台剧,电视单本剧、电视连续剧、电视系列剧则更像电影故事片,是电影故事片的电视化、连续化、系列化。正如有学者所言:“在电视剧艺术时代,由于电视栏目的霸权没有形成,电视剧播映方式相对比较自由,自足独立的艺术表现占据上风。但随着电视传播特性逐步强化,电视剧的播出逐渐被电视特性所左右,电视剧开始出现历史性的变化:依附栏目,锻造大众需要的形态,电视栏目剧赫然出现。”[①]

反映时代和艺术再现是电视栏目剧创作魅力的双翅。纪实性和戏剧性是电视栏目剧创作的动力。电视栏目剧对采访和背景材料的运用旨在强化纪实性,让观众相信电视栏目剧讲述的故事是刚刚发生的,是真实可信的。但如果采访和背景材料过多,电视栏目剧就滑向了电视纪实报道;如果完全是剧情演绎,电视栏目剧就滑向了电视单本剧或电视系列剧。所以,注意与纪实报道、电视单本剧和电视系列剧的区隔,是电视栏目剧差异化生存的前提和优势所在:它不如纪实报道快捷,但比纪实报道灵活;不如电视单本剧和电视系列剧精致,但比电视单本剧和电视系列剧及时。

## 二、分类

电视栏目剧的分类方法主要有以下两种:

从题材的角度,电视栏目剧可细分为生活类、情感类、法制类、新闻类、财经类、职场类、体育类、教育类等子形态。题材的划分有助于电视栏目剧发挥品牌优势,正所谓术业有专攻,专人专事,编导可以透彻了解并准确把握某一类题材,并将这一类题材做细、做精,而这也符合电视文化产品工业化生产模式的要求。

从风格的角度,电视栏目剧可细分为重庆的人文纪录、北京的民生故事、上海的新闻化包装、湘鄂的都市情结、东北的乡土气息、四川的麻辣喜剧、广东的时事服务

① 周星:《改革开放30年中国电视剧发展要评》,载《现代传播》2009年第1期。

等子形态。①

## 三、主要特征

### (一)播出的栏目化

电视栏目剧是以固定的时间、时段的固定栏目的形式播出的,其栏目化运作模式主要体现在以下三个方面:

时长方面,电视栏目剧以栏目时长为创作表现的尺度和边界,以栏目的形式编排和播出。固定的播出时段、时长,宜于培养观众的忠诚度,形成较为固定的收视群体。

结构方面,电视栏目剧大多由主持人串联,介绍故事背景,链接故事情节,评议故事意义,在观众与剧情之间起到沟通和引导的作用。主持人成为节目的组成元素和标志,与节目融为一体,这也是电视栏目剧与其他剧情类电视节目形态的不同之处。

制播方面,电视栏目剧一般是由某一电视媒体独家制作,以栏目形态播出,且与栏目品牌紧密结合,往往带有强烈的频道色彩。就这方面而言,电视栏目剧与制播分离背景下完全市场化的其他剧情类电视节目形态是有着明显区隔的。

### (二)题材的民生化

电视栏目剧的题材大多取自于本地民生新闻或符合本地文化趣味的民生事件和现象,题材的贴近性自然也成为其有别于其他节目形态的电视剧的基本特征之一。这也是电视栏目剧与纯虚构类剧情类电视节目形态的差异化魅力所在——它所演绎的故事主体大都取材于刚刚发生在百姓身边的真人真事,其贴近性与电视民生新闻节目的贴近性甚至有异曲同工之妙,因此有学者认为"栏目剧可以说是民生新闻在电视中的另外一种存在形态和身份再现"②。

许多重大突发的民生事件,电视民生新闻节目往往无法在第一时间、第一现场捕捉到。在这种情况下,恰如电视直播剧时期的电视报道剧一样,电视栏目剧以一种迅速跟进的艺术真实复现当时的场景,在生活真实与艺术真实的张力空间里,比较充分地满足了观众对生活真实和艺术真实的双向审美需求。可以说,对贴近性的追求,保证了电视栏目剧的时效性、敏感性和鲜活性,电视栏目剧在这方面的优势,是纯虚构类

---

① 马玉亭、李楠:《粤派栏目剧创新的"三位一体"》,载《中国广播电视学刊》2009 年第 4 期。

② 张振华:《谈谈电视栏目剧》,载张振华:《求是与求不——广播电视散论》,中国国际广播出版社 2007 年版,第 277 页。

的电视剧节目形态不具备的。

凤凰卫视的《老窦酒吧》将戏剧故事与近期的新闻话题相结合，现编现播，当周拍当周播，这样就及时而迅速地抓住了观众阶段性的关注热点，延伸了其关注热情。

2009 年 1 月 5 日，中国首部反映 2008 年初抗御冰雪灾害题材的时事电视栏目剧《京珠北》开始在南方电视台经济频道播出。该剧突破了电视栏目剧惯常的家庭伦理领域，带领观众重温了 2008 年初冰雪灾害的惊心动魄与人们在灾害面前的同舟共济。该剧最大亮点就是能紧跟时代脉搏，反映国计民生，讲述平凡故事，传播和谐文明。

电视栏目剧题材民生化的另一个可贵之处，在于以其对现实矛盾的关注，实现了人文关怀。很多电视栏目剧表现百姓生活中的种种困扰，如经济问题、生活困境、情感矛盾等。观众常常从电视栏目剧中看到自己面对的困惑及超脱的办法，从而使得很多原本无从进入社会宏观视野的个人困境得以展示、宣泄或解决。某种程度上，纪实性的传播理念带来了公益性的传播效果。

### (三)叙事的简约化

电视栏目剧叙事的简约化，主要表现为线索清晰、人物简明和场景变换较少等。由于时间所限，电视栏目剧的篇幅一般都比较短小，内容也比较单纯，通常每集都是一个独立的故事单元，场景相对单一，时空跨度不大。多数电视栏目剧一次只讲述一个生活故事，展示一种生活图景，揭示一个社会问题，不枝不蔓，鲜活灵动。电视栏目剧的短小灵活，使其可以迅捷地捕捉最新时事，抓住观众的诉求热点，具有很强的时效性和时宜性。

此外，在生活节奏日益加快的当下，大众娱乐内容不断翻新，忠诚地守着电视追看数十集、上百集长篇电视连续剧的观众日益分流。电视栏目剧以其独立简洁、小巧明快的生活故事吸引了部分观众，尤其适合白领阶层、年轻观众快餐式的收视习惯。

### (四)情节的戏剧化

电视栏目剧之所以被称为“剧”，即在于其故事情节紧凑、矛盾冲突明显，浓缩了戏剧的一些基本特征，具有“剧”的本质属性。从电视栏目剧的故事文本来看，多以平民故事为主体，其故事题材较为丰富多样，有社会题材、情感题材、涉案题材等。电视栏目剧最吸引人的地方，在于其戏剧故事化与故事戏剧化的二位一体。它往往在短短的 15 至 30 分钟的时间里，用故事的手法，通过设置悬念、渲染氛围、曲折煽情等戏剧元素将题材演绎得生动活泼，亮点纷呈。

电视栏目剧通过不断设置兴趣元素与快节奏的叙事转换，使矛盾冲突集中化、故事人物传奇化、人物动作性格化，非常契合大众的文化消费要求。譬如湖南经济电视台的《新闻故事会》特别注意强化新闻的悬念或煽情、刺激元素，突出和发掘新闻事件本身的特殊性、轰动性、奇异性，从《迷情陷阱》、《嫁个有钱人》、《小偷奇遇》、《六百万征婚》等剧名中就可见一斑。而山东电视台的《绝对故事》也明确规定“每集至少要有五个左右的兴奋点，其中要有一到两个兴奋点，能够给观众留下深刻的印象。兴奋点具体包括悬念点、幽默点、动情点”①。

（五）表达的本土化

电视栏目剧的受众主要是本土观众，所以非常注意表达的本土化。“民生故事，本色表达”成为电视栏目剧吸引本土观众的法宝。

新疆电视台影视频道 2007 年 4 月 16 日推出的栏目剧《新疆羊肉串》就有一些不成文的规定，如“剧中人都穿本地人爱穿的衣服；剧中必有本地的标志性建筑；剧中人可能都会吃本地的特色小吃；也许是大盘鸡、烤羊肉……因为这样才更像新疆人，更像新疆这个地方”②。

而在本土化诸元素中，最为核心的就是方言元素。一般来说，电视栏目剧往往以所在地区的一个中心城市为标准音，混杂次级方言片或方言点的方音。譬如：《经济麻辣烫》由著名方言剧演员或方言作家主持，以成都语音为标准音，糅合了四川各地的方言；《经视故事会》采用武汉方言，把武汉三镇新近发生的新鲜事儿演绎得绘声绘色。这种用老百姓熟悉的方言讲述发生在老百姓身边的生活故事，没有了居高临下的说教，放大了栏目的亲和力，很容易让观众找到心理上的沟通点。此外，采用方言也有效降低了寻找群众演员的门槛，而且不用后期配音，从而大大降低了节目制作的成本。

（六）传受的互动化

电视栏目剧传受的互动化主要体现在两方面：一是向社会公开征集剧本；二是大量使用群众演员。这些作法使许多普通观众有机会真正参与到节目策划、制作和播出等具体环节中，圆了他们从幕后走到台前、从屏幕前走进屏幕里的“明星梦”。这使得电视栏目剧有可能在较短的时间内迅速赢得观众的青睐。此外，群众演员的口碑效应

---

① 王亚军、刘何雁：《“故事来自生活 绝对演绎人生”——〈绝对故事〉节目形态浅议》，载《山东视听》2005 年第 2 期。

② 张建新：《营销策略助力品牌栏目——〈新疆羊肉串〉品牌的整合与营销》，载《视听天地》2010 年第 2 期。

和亲朋好友之间关注的连锁效应，也非常有利于形成稳定而忠诚的节目收视群体。

四川电视台的《经济麻辣烫》栏目开播后，仅参加表演的群众演员就数以千计，演员社交圈的朋友自然成了栏目的忠实观众。

西安电视台白鸽都市频道的《狼人虎剧》栏目的演员全部启用业余演员，让老百姓自己演绎自己的故事。一大批影视爱好者通过《狼人虎剧》走进了影视行业，有的成为职业导演，有的做了职业演员，有的当上了职业摄影。

## 四、历史源流

### (一)发轫时期(1994—2000)

电视栏目剧发轫于1994年9月16日开播的重庆电视台《雾都夜话》栏目。栏目元素与短剧元素的大胆嫁接，使《雾都夜话》很快成长为重庆卫视最具地方特色的高收视率栏目。

1999年6月5日至8日，全国短篇电视剧观摩学术研讨会在重庆举行，共有全国数十家电视机构精心选送的近20部电视栏目剧参展。其中《飞来飞去》、《小哨所》、《牛玉琴的树》、《心锁》、《太阳出山岗》、《有这样一个支部书记》、《一滴阳光》等都堪称精品。

### (二)发展时期(2001—2005)

进入新世纪以后，各省级电视台在日益激烈的市场竞争和频道大战中，纷纷从卫视频道转向地面频道，从面向全省转向面向都市，下大力气打造强势地面都市频道，这给本来就危机四伏的城市台造成巨大压力。主打电视栏目剧于是城市台的应急反应和有效策略之一。

从2001年开始，不同定位的电视栏目剧开始出现。其中主要有2001年2月15日济南电视台开设的《真实再现》栏目、2003年1月1日浙江电视台教育科技频道开设的《大侦探西门》栏目、2005年2月9日湖北电视台经济频道开设的《经视故事会》栏目、2005年5月1日陕西电视台节目中心开设的《都市碎戏》栏目、2005年6月18日江苏广播电视总台卫星频道开设的《新三言二拍》栏目、2005年12月1日苏州广播电视总台开设的《故事会》栏目等。

### (三)成熟时期(2006—)

2006年是电视栏目剧走向成熟的一年。其标志是这年年初，浙江电视台经济

生活频道、湖南电视台经济频道、山东电视台、陕西电视台联合成立了全国电视台栏目剧合作体，形成剧本、导演等资源共享。这样不仅能够拓宽题材，降低成本，达到电视栏目剧资源的最大化，而且可以形成联合销售，共同探索投资与市场赢利的运营方式。

与此同时，国内很多已经开播电视栏目剧的电视台纷纷将栏目由周播改为日播，尚未开办电视栏目剧的电视台也陆续开设了相关栏目。全国各省市级电视台开设的相关栏目超过200个。其中比较知名的有2006年1月1日浙江电视台影视娱乐频道开设的《本塘第一剧》、2006年1月10日湖南卫视开设的《爱情魔方》、2006年5月8日无锡广播电视总台开设的《大话阿福》、2006年7月16日江苏广播电视总台影视频道开设的《百姓聊斋》、2007年1月1日上海文广新闻传媒集团综艺部开设的《百家心》、2007年3月12日广东电视台公共频道和广东欢娱投资公司联合制作的《益街坊故事会》、2007年7月18日广西电视台影视频道开设的《南国故事会》栏目、2007年12月19日长春电视台娱乐频道开设的《左邻右舍》栏目。

从2006年至2010年，中国广播电视协会先后在苏州、济南、广州、福建、西安等地举行了5届全国电视栏目剧年会，观摩作品，交流经验，探索合作共赢的路径。期间，中国广播电视协会还于2008年10月22日在杭州举办了见证30年系列电视栏目剧全国首发式，同时举办了"见证30年·全国优秀电视栏目剧回顾展播暨发展论坛"，对电视栏目剧诞生以来的优秀作品进行总结回顾，就电视栏目剧发展的热点问题进行研讨。

除了中国广播电视协会外，中国电视艺术家协会也对电视栏目剧制作给予了关注。2008年8月初，中国电视艺术家协会与湖北广播电视总台联合举办了全国优秀电视栏目剧创作成果点评活动。活动共收到全国16个省、自治区和直辖市45家电视台选送的123部作品。经评委会认真观摩、反复讨论，评选出最佳作品10部，优秀作品16部，好作品17部。为了表彰优秀电视栏目剧制作者为这种新兴的剧情类电视节目形态所作出的贡献，也为了进一步促进电视栏目剧的创新发展，中国电视艺术家协会与湖北广播电视总台于2008年10月28日至29日在武汉举办了"全国优秀电视栏目剧制作者论坛"。

# 第八节　电视电影

## 一、定义

电视电影是指模仿电影故事片类型拍摄的类似于电视单本剧的剧情类电视节目形态。

在理解电视电影的定义时，要注意区分以下两组概念：

第一组是电视电影、院线电影、网络电影、手机电影。这几种概念的最直接区别在于它们的最终播映界面：电视电影通过电视屏幕播映；院线电影通过电影银幕播映；网络电影通过电脑屏幕播映；手机电影通过手机屏幕播映。换言之，电视电影、院线电影、网络电影、手机电影，都不是类型概念，而是市场概念：关键是影片拍出来之后，主要是在哪一块界面上播映；而勿论其物理介质是电影银幕，还是电视、电脑、手机屏幕，也不管是用胶片技术拍的，还是用数字技术拍的。

第二组是电视电影、数字电影、胶片电影。如前所述，电视电影是从播映界面的角度来界定的电影类型概念或电视节目形态概念。而数字电影和胶片电影，则是从拍摄技术的角度来界定的电影类型概念或电视节目形态概念。所以，从技术的角度来讲，电视电影既可以是数字电影，也可以是胶片电影，这正如院线电影、网络电影、手机电影既可以是胶片电影，也可以是数字电影一样。为了保证视听质量，在国内外一直较好地保持着用胶片制作电视电影的传统。譬如基耶斯洛夫斯基为法国电视四台用胶片拍摄的《十诫》就成为电视电影的经典作品，其中《关于杀人的短片》、《关于爱情的短片》经过扩充后进入院线发行放映。而随着数字技术的发展，数字电影技术逐渐接近胶片电影技术的水准。日本索尼公司生产的数字摄影机甚至已经达到了胶片摄影机的水准。物理介质实际上已不再是区别电视电影与院线电影的主导元素。

## 二、分类

参照电影类型划分方法，电视电影可以有如下分类方法：

按照收视对象，可分为少儿电视电影、青年电视电影、中老年电视电影等。

按照叙述语言，可分为普通话电视电影、方言电视电影等。

按照戏剧类型，可分为喜剧类电视电影、悲剧类电视电影、正剧类电视电影等。

按照内容规模，可分为单本电视电影、系列电视电影等。

## 三、主要特征

### (一)题材的通俗性

电视是一种即时传真的现代大众传媒,即使是电视电影也不能不在一定程度上受到即时传真这一传媒特征的制约。一部电视电影在商业上能否成功,主要取决于其在电视台中第一次播出时的收视率和收视份额。而在观众对其事先并不了解的情况下,能吸引观众收看的因素,主要就是其题材内容与公众热点的契合度。所以,每一个热门话题差不多都能够引发出一部甚至几部有关题材的电视电影。这类电视电影制作周期比较短,往往能赶在热点还没有完全冷却的时刻播放出来。譬如,中央电视台电影频道在全国最早播出以抗击"非典"为题材的《微笑》。再譬如,在中国足球队第一次参加世界杯的前夕,中央电视台电影频道播出了一部以中国球迷观看世界杯为题材的《世界杯"V"计划》。又譬如吉林省长春市拍摄了一个真实的故事:一个小女孩眼睛失明了,其最大的心愿就是要去天安门看升旗仪式。于是长春人民就在本市营造了"真实"的氛围和环境,带她上车,坐了很长时间,终于到了"天安门"。根据这一"美丽的谎言"拍摄的电视电影播出很长时间后,同一题材的电影才拍出来。

在电视电影中,即使是一些完全虚构的纯娱乐性故事,也常常会尽可能地同公众关注的热点联系起来,突出电视特有的即时性。从数量上看,电视电影中讲述浪漫故事、怪异故事,特别是惊险犯罪故事的纯虚构作品并不少,其中大都由流行的传记、小说、历史著作、报告文学改编而来。但给人留下深刻印象的却是那些反映真实事件的纪实性明显的作品。这个特点正是电视与电影相结合而产生的。

### (二)时长的固定性

为了适应电视节目栏目化播出的需要,电视电影在时长上是相对固定的,大都是2个小时左右。少量电视电影以上下集甚至3集的形式出现,通常连续播出两三个晚上,每晚2个小时左右。人们有时也把这些篇幅较长的电视电影视为微型电视连续剧。电视电影由于是独立成章的,因而不像电视连续剧那样具有明显的栏目化特点,虽然中国内地许多电视频道还是将其安排在固定时段的固定栏目中播出。

### (三)结构的完整性

电视电影在技术结构方面没有严格的要求。虽然时长是相对固定的,不论什么样

的故事都必须容纳在一个 90 分钟或 120 分钟的固定框架里，但在其内部却不必像电视剧那样一定要分成每段十余分钟的若干幕。在播出时，一部电视电影会被打断八至十余次插播广告，但编剧和导演不必像拍电视剧时那样，事先考虑好适当的中断点，要为在广告后继续抓住观众而设置悬念。这就意味着，电视电影的创作者比电视剧的创作者有着更大的自由，他们可以按照自己认为需要的结构，而不是插播商业广告的结构来叙述故事。

(四)叙事的晓畅性

在叙事方面，电视电影更为晓畅易懂，更依赖于语言本身的叙事功能，而且对于各种视觉的叙事元素也很注意提高其清晰度。如一个起着叙事重要作用的报纸新闻标题的特写镜头，电视电影可能会比影院电影多拍一两秒钟，以便电视机前的观众能看清其内容。在夜景场面中，电视电影通常会采用比影院电影亮得多的照明，用较强的轮廓光勾出主体内容的清晰形象，以适应电视收看环境对于光线的特殊要求。

(五)景别的局限性

虽然电视电影的镜头运用方式与影院电影没有本质区别，但为了更适合电视小屏幕播出的特点，电视电影逐渐形成了一套自己的镜头操作规范，其中最明显的是景别的运用。电视电影更趋向于使用近景和特写等近距离的景别，而较少使用全景特别是大全景。这一方面是由于在清晰度往往不是很高的电视屏幕上难于分辨特别细微的事物；另一方面也是因为特写甚至大特写表现在电视中并没有影院银幕上那样强烈的冲击力，多用无妨。

(六)节奏的舒缓性

在剪接节奏上，电视电影在总体上偏慢于影院电影，在同样时长的情况下镜头数量一般明显少于影院电影。这既是为了适应电视观众在日常环境中观赏的心理节奏，同时也是因为在电视屏幕上看片所感受到的速度与影院银幕有所不同。这正如丹尼艾尔·阿里洪在《电影语言的语法》一书中谈到的那样：“当你以正常速度拍摄一场戏，然后在一幅小银幕上放映时，银幕上再现的速度是同拍摄这场戏时的速度相符的。但同样是这部片子，放映在供大量观众观看的大银幕上时，那场戏的速度就

慢下来了。”①

(七)成本的低廉性

一般来说，一部电视电影的投资规模，以每小时节目的平均成本计算，要高出一般的电视剧一倍以上，但较之影院电影则要低廉得多。低成本制作以及电视不太清晰的小屏幕播放的限制，使得电视电影很少追求宏大的场面和壮观的视觉效果，也很少使用耗资巨大的高科技特效，而是更注重叙事本身的趣味和台词语言的魅力。

有些电视电影，建构了叙事期待，却因为资金原因拍不出相应的场面，让观众的期待落空了，就无法令观众感到满足。典型的例证就是电视电影《花腰新娘》。该片所有的叙事都把观众引向一个审美期待，即无论是作为叙事高潮还是视听高潮，最后应该出现一个舞龙的大场面。影片整个故事情节的发展、人物关系的设置、人物的冲突、人物的矛盾都建立了这种叙事期待。但是《花腰新娘》整个影片的投资只有 400 万人民币，无法完成舞龙的大场面，没有满足观众的期待。这种情况就需要考虑，既然没有资金完成大场面，那就尽量不要建构那样的叙事期待。

总体来讲，在中国内地万花筒般的诸多剧情类电视节目形态中，电视电影不论艺术品质还是思想内涵，都是比较出色的：它既吸收了电影的优势从而在声画和叙事方面精巧别致，又适应了电视的特长从而在内容和形式上自成一格。

## 四、历史源流

(一)发轫时期(1998—2000)

中国内地电视电影是随着中央电视台第六套节目电影频道的开播应运而生的。

1995 年 11 月 30 日 8∶30，中央电视台电影频道开播，这一专业化电影频道迅速吸引了全国亿万电视观众关注和期待的目光，并逐渐培育起观众在电视上收看电影的接受方式与接受习惯。来自各方面的调查显示，中国当代电影观众的主体已经在向家庭方面转移，中国观众观看电影的最主要方式已经变成从电视收看。调查还显示，一部中等水平的影片在电影频道播映的收视率高达 2000 万人次，远远高于同等影片在电影院的观众上座人次。因此，电影频道此举，无疑是对传统意义上的电影观看方式和习惯的一次重大变革和创新。据有关部门 1998 年的统计数字，全国能够收看到电

---

① 〔乌拉圭〕丹尼艾尔·阿里洪：《电影语言的语法》，陈国铎等译，中国电影出版社 1981 年版，第 164 页。

影频道的观众约达 4.3 亿人，占全部电视家庭的 40%以上，白天平均有 1900 万人，晚间平均有 4600 万人锁定电影频道。

为了满足广大电视观众收看电影的需要，电影频道仅在 1995 年底至 1996 年底的一年时间里，就购买了建国后拍摄的约 3600 部国产影片总量的 61%，约近 2200 部影片。虽然国内各电影制片厂每年都有不少新作，但与电影频道每天近 20 个小时的节目播出时间、日吞吐量约 10 部影片和年吞吐量 3600 余部影片的需求相比，无疑是杯水车薪。

为解决片源危机，受一组登载在《北京电影学院学报》1998 年第 2 期上关于国外电视电影介绍文章[①]的启发，1998 年初，中央电视台电影频道引入了"电视电影"这一概念，并开始了电视电影的探索。第一部拍摄完成的电视电影是《别了，冬天》，导演为杨亚洲，主演是牛振华、陶虹。第一部播出的电视电影是 1999 年春节播放的《岁岁平安》，导演为戚建，主要演员有雷恪生、杨立新、英壮、杜澎等，播出后反响不大，但为电视电影贺岁片的创作积累了经验。第一部制作规模较大的电视电影是《少奇专列》，由孙羽执导，郭法增主演。

从 1999 年 4 月开始，中央电视台电影频道成立了电视电影部，制作方式除自己投资 6000 余万元拍摄外，还包括制作方先期投资、电影频道购买等多种，这标志着中国内地电视电影进入规模化和规范化创作阶段。

由于中央电视台电影频道的不懈努力，中国电视电影的整体艺术水准不断提高，平均年产 110 部，质量上乘的作品超过三分之一，题材丰富多彩，譬如历史题材片《活着可要记住》、《情归天尽头》、《第三个名字》、《少奇过渭河》，献礼题材片《王忠诚》、《中国桥》、《老油坊》、《欢乐树》，古装题材片《王勃之死》、《古玩》，战争题材片《血浴羊山》、《绥远之光》，灾难题材片《大沙暴》，警匪题材片《情不自禁》、《黑白》、《极度危险》，喜剧题材片《生命列车》、《旧夫新婚》，青春题材片《8 点 35 分》、《晚安，重庆》、《梅雨季节》、《爱情魔镜》，生活题材片《冬日细雨》、《龙套》、《爱情是蓝色的》，农村题材片《法官老张轶事》、《半碗村传奇》、《不安夜晚》，部队题材片《兵哥》、《我和连长》，民族题材片《白魂灵》、《生生长流》，儿童题材片《我真棒》、《男孩向前冲》等。

2000 年 1 月 20 日至 21 日，国家广电总局电影频道节目制作中心、中国电影艺术研究中心和《当代电影》编辑部在北京联合召开首届电视电影研讨会，认真研究总结电视电影的创作规律、艺术特点和制作经验，讨论并规划电视电影的未来发展。

---

① 这组文章分别是本刊编辑部的《要重视"电视电影"的特性研究》、吴天戈的《我所知道的电视电影》和鲁坚的《电视电影：第七艺术的一扁"方舟"》。

（二）发展时期（2001—）

为了遵循电视节目播出规律，强化观众的约会意识，从2001年开始，以栏目化播出为特点的系列电视电影开始出现，这标志着电视电影进入新的发展阶段。

《杨门女将》是中国内地最早的系列电视电影。影片在巾帼不让须眉的英气中添上了诙谐幽默的色彩，再加上功夫片的运动感，极具观赏性。这部系列电视电影播出后收视率一路攀升，超过4个百分点，创造了中国内地电视电影的最高收视率纪录。这部片子的成功为系列电视电影的创作打下了良好的基础，具有示范意义。此后，中央电视台电影频道陆续推出了大大小小近20部不同题材的系列电视电影，譬如历史题材的《大汉风》系列和《水浒人物》系列、传奇题材的《三言二拍》系列、武侠题材的《陆小凤》系列和《镖行天下》系列、神怪题材的《聊斋》系列、农村题材的《法官老张轶事》系列、警匪题材的《刑警张玉贵》系列和《火线追凶》系列、军事题材的《共和国名将》系列等。

在这些系列片中，影响最大的是《共和国名将》。截至2010年，这个系列片已经完成了21部，其中采用胶片拍摄的是《夜袭》和《许世友》。21部影片中描写元帅的有1部、大将3部、上将11部、中将1部、少将3部，还有2部是描写革命烈士彭雪枫和赵尚志。除了八一电影制片厂是拍摄主体外，还有15个制片单位参与到影片的拍摄当中；参加的导演有14位，其中安澜导演8部、张玉中导演3部；编剧共有26位，其中写剧本比较多的是八一电影制片厂的王强和刘英学，各3部。从参加摄制的单位、导演、编剧来看，这个系列形成了一定的规模，是由一个比较大的团队制作的。

系列电视电影充分显示了电视电影独特的优势：第一，小投入、大制作的积极效果充分显现出来；第二，可以在有限投资内再提高艺术质量；第三，使观众产生像看电视连续剧那样的追看效果；第四，在与其他形态的电视节目的博弈中提高电视电影的竞争力。

电影频道节目中心从1999年投拍第一部电视电影，到2011年出品总量已突破1200部。

目前，中国电视电影已经走过初创阶段，对其创作规律有了一些基本的认识，在与电影和电视剧的激烈竞争中赢得了一席之地，有以下三点可资证明：

首先，电视电影工艺制作材料完成了四次跨越。

最初使用标准清晰度数字磁带制作。后来发现这一技术不能满足电视电影对艺术与技术的质量要求，2000年开始使用16毫米胶片制作。16毫米胶片的使用的确带

来艺术质量的明显提高，同时也有一些技术上的局限在国内现实情况下无法解决。于是，电影频道在2002年又进行更大的调整，从科技高速发展与电视电影发展的远景着眼，放弃16毫米胶片的使用，改用高清晰度数字磁带制作，而且不断推进对这一技术的研究与开发。从电视电影的发展来看，这个决策及时、准确，适应了电视频道的发展尤其是收费频道的上线，电影市场的发展以及数字院线的建立和对节目的需求。2003年，为了使电视电影尽快全面向高清数字技术转型，完善高清数字电影的视听效果，并为高清播出及进军数字院线做准备，中央电视台电影频道又建立了在全国领先的5.1声道音频系统工作室，从此开启了电视电影在声音制作上的新阶段。这一举措使《大汉风》和《共和国将军》系列及时受益，创造了令人震撼的声音效果，电视电影开始真正与电影接轨，与世界电影技术接轨。2004年，高清电视电影全面使用5.1环绕立体声技术。上述四次工艺技术的跨越对于电视电影发展的意义，远远超过了技术性领域的影响，它带来对电视电影创作观念的再次震荡。

其次，电视电影在艺术上崭露头角。

由于站在电影和电视两位巨人的肩膀上，中国电视电影的出现尽管只有短短十多年，但已涌现了一批在艺术上很有光彩、颇受专家好评的作品，如《上车走吧》、《王勃之死》、《阿桃》、《杨守敬与吕贝卡》、《法官老张轶事》、《情归天尽头》、《冬日细雨》、《古玩》等。从2000年起，电视电影逐渐被中国电影金鸡奖、中国电影华表奖、上海电视节白玉兰奖、北京大学生电影节奖等国内外著名电影节和电视节接纳。这些奖项取得的重要价值在于，中国电视电影拿到了艺术殿堂的准入证，有作品供艺术家们品评了。

其三，电视电影的收视率不断攀高。

收视率是电视电影的生存预警标志，几年来电视电影的收视率不断上升。仅就黄金时段播出分析，以2个百分点、观众人数约为2200人为标准，最初的两年只有10%左右的作品达到2个百分点的收视率，2001年上升为24%，其中只有一部达到3个百分点。2002年收视率出现翻高，在播出的110部电视电影中有70%的作品达到2个百分点以上，其中17部作品达到3个百分点，3部作品达到4个百分点。还有些电视电影重播后收视率继续攀升，譬如《情不自禁》、《生命列车》、《大沙暴》首播时在2个百分点以上，重播后上升为3个百分点以上。收视率不断攀升说明观众对电视电影的兴趣在上升，电视电影可以依赖的观众群正在形成。

## 第九节 电视动画片

### 一、定义

电视动画片是主要为电视播放而制作的动画片。

动画是一门非常古老的艺术，在电视乃至电影出现之前就已存在。作为中国动画源头的皮影戏发明于公元 618 年的唐代；而作为西方动画源头的魔术幻灯则出现于公元 17 世纪，将画在玻璃上的图案投影到墙上，并通过许多玻璃画片的依次旋转在墙上制造出运动幻象。无论是皮影戏还是魔术幻灯，两者都是名副其实的运动的图画艺术，这与电影和电视有所不同，因为后两者主要是运动的摄影艺术。

动画的英文 Animation 源自于拉丁文字根的 anima，意思为灵魂，动词 animate 是赋予生命，引申为使某物活起来的意思，所以 animation 可以解释为经由创作者的安排，使原本不具生命力的东西如同获得生命一般地活动。动画片的基本原理与电影和电视一样，都是视觉原理。医学已证明，人眼具有“视觉暂留”的功能，就是说人的眼睛看到一幅图画或一个物体后，在 1/24 秒内不会消失。利用这一原理，在一幅图画还没有消失前播放出下一幅画，就会给人造成一种流畅的视觉变化效果。因此，电影采用了每秒 24 幅画面的速度拍摄播放，电视采用了 PAL 制每秒 25 幅或 NSTC 制 30 幅画面的速度拍摄播放。如果以每秒低于 24 幅画面的速度拍摄播放，画面就会出现停顿现象。

动画片的分类没有一定之规：从制作技术与手段看，动画片可分为以手工绘制为主的传统动画片与以计算机绘制为主的电脑动画片；按动作的表现形式来区分，动画片大致分为接近自然动作的“完善动画片”与采用简化、夸张动作的“局限动画片”；从空间的视觉效果上看，又可分为平面动画片和三维动画片；从播放效果上看，还可以分为连续动作的顺序动画片和反复动作的交互式动画片；从每秒放的幅数来讲，还有每秒 24 幅的全动画片和每秒少于 24 幅的半动画片之分。

需要指出的是，与前面提出的纪录片一样，动画片本身并不是完全属于电影或电视的一种艺术类型或形态。因为，动画片虽然在对光与人眼视觉滞留功能的运用方面，与电影、电视有基本相同的原理，但在摄影、摄像与图画绘制方面又明显不同于电影、电视。这就是说，动画片并不是只能以电影类型或电视节目形态存在。所以，必须纠正动画片从属于电影或电视的观念，因为这一观念可能会因消解了动画片的独立

性，限制了动画片的范围，而阻碍动漫产业的正常发展。当然，动画片虽然不从属于电影和电视，但却完全可以与电影和电视相结合。电影动画片和电视动画片就是这种结合的产物。

与电影动画片相比，电视动画片投资不高，制作相对简单，传播速度更快，受众面更广，影响力更大，资金周转更迅速，资金回收更容易。所以，在动漫产业链的源头，电视动画片占据着日益重要的地位。在将电视机当做日常生活用品、将收看电视节目当做家庭生活的重要内容的中国，更是如此。事实上，目前中国动画片的创作也明显是以电视动画片为主。因此，电视动画片创作的成败得失，从某种程度上决定着中国动漫产业的发展进程。

## 二、分类

电视动画片主要有以下五种分类方法：

按照结构方式，可分为单本电视动画片、系列电视动画片、连续电视动画片等。

按照内容长度，可分为 30 分钟以上的长电视动画片、不到 30 分钟的短电视动画片等。

按照观众年龄，可分为少儿动画片、青少年动画片、成人动画片等。

按照艺术门类，可分为水彩电视动画片、水墨电视动画片、皮影电视动画片、锦画电视动画片、剪纸电视动画片、木偶电视动画片、布偶电视动画片、泥偶电视动画片、黏土电视动画片、电脑合成电视动画片等。

按照视觉效果，可分为平面电视动画片、立体电视动画片、电脑电视动画片等。

## 三、主要特征

### (一)制作工艺的简约性

电影主要是用胶片拍摄、大银幕现场投影，而电视则是主要是磁带摄录并经过光、电波信号转换的远距离播放，其接收机的屏幕一般也比电影银幕小得多，因此二者的影像效果有很大的区别。尽管现在电视机屏幕越来越大，而且采用液晶显像管并通过有线传播，其图像也越来越清晰，但电视毕竟是在家里收看，客厅不同于电影院，不仅空间终究有限，而且在这种生活化的日常空间——而不是艺术化的审美空间里，电视观众很难像电影观众那样集中注意力于一些影像细节，以致“那些在电影银幕上显得

粗糙的动画片及所有制作方面的缺陷在电视机上观看几乎都被忽略了”[①]。这样，就像电视剧制作通常不必像电影制作那样复杂而精致一样，电视动画片的制作也可以不像电影动画片那样复杂而精致。这种制作工艺的简约化主要体现在以下三个方面：

一是动作设计的简约性。电视动画片，尤其是 Flash 动画作品，可大量运用停格、象征性动作符号以及静止画面加流线等方式来表现运动与动态，而省略具体的动作表达。

二是背景制作的简约性。由于电视画面大量运用中景、近景，以表现角色为主，环境的表现退居次要地位，因此，电视动画片的制作也不需要像电影动画片那样具体、细致地描写和表现环境，而代之以平涂、晕染、留白。

三是描线上色的随意性。既然动作设计和背景制作可以从简，那么描线上色也就可以随意了。此外，由于电视屏幕的频闪可以掩盖诸多工艺问题，不会像电影那样因为赛璐珞片上的一线之差而造成银幕上的一片错误，所以在电视动画片的制作中，烫印、断线轮廓、电子扫描等描线方法都可以运用，上色也往往只求鲜艳醒目，而不求逼真自然。

### (二)语言体系的独特性

由于既属于独立的动画片艺术门类，又综合了其他艺术的元素，并与电视传媒相结合，电视动画片具有独特的语言体系和表现方式。作为独立艺术表达的电视动画片的语言体系由两大部分构成：

#### 1. 虚拟影像系统

电视动画片的虚拟影像系统模拟电影和电视传媒，与一般的电视剧相似，其最后的语言单位为镜头，镜头与镜头的连接构成句子，若干个句子构成一个场面，若干个场面构成一个段落，若干个段落构成一部作品。在镜头运用中，也需要考虑景别、焦距、运动、角度、视点等因素；同时还要充分利用声音进行表达，并对声音与画面的关系进行处理。镜头与镜头、镜头与声音、声音与声音的连接，乃至句子与句子、场面与场面、段落与段落的连接，都要运用各种蒙太奇手段和蒙太奇思维。除此之外，光线和色彩也是电视动画片重要的修辞方式。总体上来说，电影和电视的影像系统在电视动画片中是完整存在的。但电视动画片的影像系统与一般的电影和电视剧又不完全相同，最大的区别是：电影和电视剧的镜头是实拍的，摄影机和摄像机面对的是真实的人物和

---

① 孙立军：《动画艺术辞典》，中国国际广播出版社 2003 年版，第 227 页。

场景;而电视动画片的镜头是虚拟的,人物、场景都是绘制的,摄影机和摄像机可能根本不存在。这种虚拟影像具有非常重要的意义:一方面,它使动画片脱离了原始动画片的幻灯形态,进入了影视艺术行列,并形成了电影的动画片类型和电视的动画片节目形态;另一方面,它又使动画片区别于一般的电影和电视作品,因为这些影像本体及其运动、表现形式都是虚拟的、模拟的,尽管显得不那么真实,但却无所羁绊,可以超越人为表演的局限,不受客观场景的限制,没有镜头的死角,甚至没有摄影机和摄像机所不能跨越的轴线,可以自由地创造任何影像奇观。

2. 动画语言系统

如果说虚拟影像系统使动画片能够融入电视传媒,成为剧情类电视节目形态之一,那么,动画语言系统则使电视动画片获得了自己独立的本质特征。动画语言体系的核心是动画思维,如同电视动画片影像语言系统的核心是蒙太奇思维一样。这种动画思维主要通过以下方式获得和表达:

一是夸张和变形。夸张和变形一般有两个方向:一是将对象变得可爱;二是将对象变得怪异。但不论朝哪个方向变,其结果都是与该对象原来的形象有了很大的区别,当然从中还是可以看到它们原来的影子,不会与其他对象混淆。正是这种差异,既划清了动画艺术世界与客观真实世界的界线,也划清了动画艺术与电影艺术和电视艺术的界线。从这个意义上讲,通过夸张和变形,动画艺术建立起了自己独特的艺术范畴,而这个独特的艺术范畴便是动画思维的原点,动画艺术的一系列具体的语言和表达也从这里获得。

二是超常规动作和身体肢解。由于是绘画,而不是真人表演,所以动画片创作可以给角色设计普通人无法完成的动作,这就是动画独具的特点、优势和魅力。除了超常规动作,身体肢解也是常见的动画表达方式或动画语汇。

三是抽象具体化和具象符号化。所谓抽象具体化,是指运用绘制的方式将一些原本抽象的或不可见的东西,譬如思想、意识、情感等具体直观地呈现在观众面前。具象符号化在电视动画片中有两种用法:其一是具体事物被简化成某种符号,或具体事物被特定的符号所代替;其二是一些具体的事物被赋予了某种含义,具有符号的性质和特征。这类动画语言在中央电视台《快乐驿站》栏目的小品、相声动画片中被大量运用。当然,电视动画片在将具体的事物简化成某种符号时,并不总是赋予其思想层面的含义,有时仅仅是以此代替繁琐的细部描写,既减少绘画工作量,又突出了重点,这既是绘画的特点,也借助了电视传媒的特性。

（三）故事情节的重要性

就像所为电视节目都应以“内容为王”一样，在制作工艺简约化以后，电视动画片便主要靠内容吸引观众，而其内容又主要表现为故事情节。或者说，对于电影动画片，其画面构图、动作设计以及光效、色彩等可能会吸引观众的一部分注意力；而在观看不以制作取胜的电视动画片时，观众的注意力可能就集中在主要情节上，尽管故事情节必须通过真正的动画语言来表现。因此，生动的故事、精彩的情节，应该是电视动画片取得成功的重要元素。很多电视动画片制作很简单，但观众非常喜欢看，原因正在于它们有一些很有意思的故事——观众看电视动画片就像看其他电视节目一样，没有过多的形式感，注重的主要是内容，即要求内容丰富、故事生动、情节幽默。当然，注重内容，注重情节，并不意味着对制作没有任何要求，电视动画片的制作工艺虽然可以简约化，但个性化的、能够充分体现和表达内容、使人印象深刻的形象设计却是必不可少的，这些形象设计甚至应该是极富创意的。富有创意的人物造型，不仅能够准确而充分地传达作品的叙事内容，而且具有开发后期衍生产品的巨大潜力。因此，用真正的动画语言、极富创意的形象来讲述生动有趣的故事，是电视动画片成功的奥秘。

（四）叙事方式的连续性

电视节目传播的一个重要特征是栏目化，即绝大多数节目都被分配在一个个栏目里进行播放。栏目一般是根据观众的需求或传播者的需要而设置的，其特点是时间、内容、风格、定位相对固定，而电视节目往往是根据其所属栏目的特点拍摄和制作的。作为一种剧情类电视节目形态，电视动画片的时间、内容、风格、定位应该与特定的栏目保持一致。电视栏目固定时间分期连续播放的特点，就决定了电视动画片通常采用长篇连续性的叙事方式，这与电视连续剧类似，而与电影动画片相区别。

电视动画片的长篇连续叙事方式又可以细分为独立纵向发展式、联合横向分布式和纵横交叉结合式。

所谓独立纵向发展式，即一部长篇电视连续动画片无论多少集，都统一于同一个情节结构之中，主要角色贯穿始终，情节在各集中依次推进，向前发展，最后达到高潮。譬如中央电视台制作的大型电视连续动画片《哪吒传奇》就用52集的篇幅讲述了一个中国古老的传说：哪吒一出生便力大无穷，女娲因此选他作为人间正义与邪恶力量抗争的化身。作为邪恶力量代表的石矶一心想占有哪吒身上的力量，并试图控制整个世界。哪吒在女娲与伙伴们的帮助下，同石矶展开了惊心动魄的斗争，最后战胜了石矶。

由于是分集播放，所以在这种独立结构的长篇电视连续动画片中，每一集的情节发展既要考虑全剧的整体性，也必须顾及这一集故事的段落完整性，并留下一定的悬念，以使观众能够把握本集所看到的内容，并产生继续看下去的兴趣和期待。

所谓联合横向分布式，是指作品由一系列各自独立的小故事平行构成，每个故事相对独立，故事与故事之间没有必须的逻辑联系，也没有统领这些故事的整体结构。这种形态的电视动画片，其连续性主要表现在主要角色的连贯性上。也就是说，所有这些故事虽然互不相关，甲故事的发展方向和结局绝不会对乙故事的进程构成影响，但所有故事中的主人公都基本相同，即这些互不相关的故事都发生在相同的角色身上，当然有的故事中也会随机出现一些新的角色。从某种意义上说，这类电视动画片更符合电视栏目的特点，更能体现电视节目的传播优势。因为一个接一个的小故事就像一期接一期的电视节目一样，可以无限地延续下去，也可能随时中止更换另一个电视节目；而在长期的播放中，电视动画片中的主角会逐渐形成类似名牌栏目主持人的明星效应，从而能够有效地扩大作品的影响，并有助于电视动画片相关产品的开发。譬如采用联合横向分布式叙事方式的电视系列动画片《蓝猫淘气3000问》在这方面做了许多尝试，特别是在围绕主角蓝猫的衍生产品的开发上取得了一定的成功。

所谓纵横交叉结合式，是指作品有一个总体的情节结构，所有的角色、事件都在这个统一的情节结构中被设计和推动；同时，它又不像独立纵向发展式那样各集之中只有全剧的段落元素，而是像联合横向分布式那样存在着一些相对完整的故事。或者说，它是用一个一个的故事推动情节向前发展。中央电视台制作的大型电视动画片《西游记》的叙事方式便是比较典型的纵横交叉结合式。在这部52集的电视动画片中，唐僧师徒去西天取经是贯穿始终的情节，而且这一情节的发展有时间由始至终的推进、空间由东向西的转换、事件由开始到结束的演变，这种叙事方式就是独立纵向发展式。但与一般的独立纵向发展式不同的是，《西游记》的纵向结构中又包含着一系列联合横向分布式的小故事，如"孙悟空大闹天宫"、"孙悟空三打白骨精"、"流沙河收服沙悟净"、"盘丝洞勇斗蜘蛛精"、"火焰山智取芭蕉扇"等，这些小故事既作为全片总的情节结构的有机组成部分，推动总体情节向前发展，又各自有其独立、完整的情节结构体系：开端——发展——高潮——结局，完全可以分离出来，独立成章。因此，这种纵横交叉结合式电视动画片就像一个巨大的题库，具有极大的故事开发潜力，可以通过抽取并加入新的元素进一步演绎出一系列相关故事，从而有效地建立起同一题材的作品系列，犹如独木成林。借助于电视栏目的相对固定、连续播放的特点，电视动画片不仅可以大力开发一木成林式的系列作品，而且完全可以利用这些相互关联的作品激发

观众的审美经验，从而达到吸引观众连续、固定收看的目的，这反过来对电视动画栏目的建设也具有积极的推动作用。

(五)目标观众的多样性

电视动画片是人类在文学、美术、音乐、戏剧、电影、电视的综合基础上所创造的一种新的艺术地把握客观世界、审美地表达主观情感的剧情类电视节目形态。这就决定了电视动画片不是只有未成年人才喜欢的电视少儿节目，电视动画片的目标观众不能仅仅局限于少年儿童。

在电视动画片生产方面已经走在世界前列的美国和日本，其电视动画片的目标观众的年龄定位是 0 至 80 岁，并没有仅仅局限于少年儿童，而是老少咸宜。

从某种意义上说，中国电视动画片生产的困境与单一的少儿化目标观众定位不无关系。这样的目标观众定位，不仅会失去成人观众，也会令电视动画片难以进入主流频道。这样电视动画片的影响力就会大打折扣，而作品影响力的大小，又直接关系着电视台的购买价格和后期衍生产品的开发空间。

## 四、历史源流

(一)发轫时期(1984—1990)

1984 年 2 月 2 日，中国电视剧制作中心制作的中国第一部电视动画片《熊猫胖胖》在中央电视台播出。[①] 以此为发端，在 20 世纪 80 年代的余下几年中，一批深深受广大观众喜爱的专门为电视播出而制作的单本电视动画片和系列电视动画片不断涌现出来，如《葫芦兄弟》、《邋遢大王历险记》、《黑猫警长》、《阿凡提的故事》等。

(二)发展时期(1991—2003)

1991 年 1 月 12 日，中央电视台成立动画部，以此为标志，中国电视动画片生产进入发展时期。这一时期，中国电视动画片开始扩大生产规模，并走上了有别于传统的道路。与领先电视动画片生产企业的经验交流，数字生产手段的大量介入，各种体制的制作单位的多元发展，一专多能动画人才的不断成长等，都使电视动画片生产在数

① 赵化勇主编的《中央电视台发展史(1998—2008)》(中国广播电视出版社 2008 年版，第 190 页)认为“中国电视动画在 20 世纪 80 年代初问世，当时社教部少儿组制作了一部 10 分钟的电视动画片《小黑驴和小花鹿》，标志着中国电视动画的诞生”。

量和质量上出现了飞跃。尤其是从 1995 年起，中国电影放映公司对电影动画片和电视动画片不再实行统购统销的计划经济政策，将动画业推向市场，改变了电影动画片和电视动画片的生产状态及经营方式，逐步确立了社会效益和经济效益双赢的观念。在制作方面，国内电脑动画技术实力也明显增强，电脑绘制背景技术已较为普及。三维和二维电脑动画片发展迅猛，形成了从策划、创作、传播到系列产品开发的“大动画体系”新概念，从而推动了动漫产业的勃兴。

这一时期生产的优秀电视动画片作品有《大盗贼》、《舒克和贝塔》、《葫芦小金刚》、《蓝皮鼠与大脸猫》、《哭鼻子大王》、《大头儿子和小头爸爸》、《自古英雄出少年》、《1 的旅程》、《傻鸭子欧巴儿》、《学问猫教汉字》、《海尔兄弟》、《怎么来的》、《西游记》、《霹雳贝贝》、《的笃小和尚》、《中华传统美德故事》、《宝葫芦的秘密》、《哪吒传奇》等。

(三)成熟时期(2004—)

2004 年以来，随着专业动画卫视频道的相继开播，中国电视动画片的发展进入成熟时期。

2004 年 4 月 29 日，湖南金鹰卡通频道成为中国第一家专业动画卫星频道。2004 年 9 月 10 日，北京电视台动画频道 BTV－10 开播，3 年后更名为北京卡酷动画卫视。2004 年 12 月 26 日，上海炫动卡通频道通过卫星传送覆盖全国。2006 年 2 月 14 日，广东电视台嘉佳卡通频道经国家广电总局批准筹建，2006 年 9 月 16 日正式开播，2009 年底经国家广电总局批复更名为“嘉佳卡通卫视”并上星播出。2009 年 11 月 27 日，经国家广电总局批复，江苏电视台少儿频道更名为“优漫卡通卫视”并上星播出。这 5 家专业动画卫视频道经过积极探索，有的已取得不错的经营业绩，为中国动画产业作出了有益的贡献。

这一时期的电视动画片以系列片为大宗，主要作品有《小鲤鱼历险记》、《渴望蓝天》、《奇奇颗颗历险记》、《抗日小骑兵》、《世纪精灵》、《东方神娃》、《福娃奥运漫游记》、《三毛》、《神厨小福贵》、《福娃》、《哈皮父子》、《阿左阿右》、《秦时明月》、《西游狂想曲》、《少年狄仁杰》、《寓言新一族》、《喜羊羊与灰太狼》、《憨八龟》、《神兵小将》、《美猴王家》、《三国演义》、《西游记》、《孔子》、《小牛向前冲》、《郑和下西洋》、《小虎还乡》、《可可、可心一家人》、《千千问》、《我们的家园》、《西西瓜瓜历险记》、《白鸽岛》、《小将狄青》、《我为歌狂》、《城市野战排》、《中华上下五千年》等。系列电视动画片《蓝猫淘气三千问》全部用电脑制作。

多年被忽视的单本电视动画片在这一时期也相继问世，如《回想》、《谁的丈夫离得

更远》、《诚信漂流记》、《大梦敦煌》、《黑猫》、《射线》、《塘》等。电脑动画片和网络动画片飞速发展。2001 年推出的《小虎斑斑》是中国内地第一部全三维电视动画片。

国家广电总局有关数据显示，从 1993 至 2005 年，全国国产电视动画片总产量约为 11 万分钟。2006 年全国制作完成国产电视动画片 124 部 8.23 万分钟。[①] 2007 年全国制作完成国产电视动画片 186 部 10.16 万分钟。[②] 2008 年全国制作完成国产电视动画片 249 部 13.10 万分钟。[③] 2009 年全国制作完成国产电视动画片 322 部 17.18 万分钟。[④]

从 1984 年中国第一部电视动画片问世到 2010 年，中国电视动画片只有短短 26 年的历史。26 年来，尽管中国电视动画片从业者付出了艰辛的努力，取得了丰硕的成果，但客观来说，与欧洲、美国、日本、韩国等国家和地区相比，中国电视动画片生产无论在数量上还是在品质上都存在着一定的差距。特别是在观念上，目前中国电视动画片的观众主体仍是少年儿童，真正为成人观众量身定做的电视动画片还很少。

---

① 2006 年全国共制作完成电影动画片 13 部，其中，每部长约 90 分钟的长片 9 部，每部长约 10 分钟的短片 4 部。参见国家广播电影电视总局发展研究中心：《2007 中国广播电影电视发展报告》，新华出版社 2007 年版，第 86 页。

② 全国 2007 年全年共制作完成电影动画片 6 部。参见国家广播电影电视总局发展研究中心：《2008 中国广播电影电视发展报告》，新华出版社 2008 年版，第 65 页。

③ 全国 2008 年全年共制作完成电影动画片 16 部。参见国家广播电影电视总局发展研究中心：《2009 中国广播电影电视发展报告》，新华出版社 2009 年版，第 77 页。

④ 全国 2009 年全年共制作完成电影动画片 27 部。参见国家广播电影电视总局发展研究中心：《2009 中国广播电影电视发展报告》，新华出版社 2010 年版，第 84 页。

# 主要参考文献

## 一、著作

1. 〔美〕阿瑟·阿萨·伯杰:《眼见为实——视觉传播导论》,张蕊、韩秀荣、李广才译,江苏美术出版社 2008 年版。
2. 艾红红:《〈新闻联播〉研究》,中国广播电视出版社 2008 年版。
3. 〔苏联〕奥夫相尼柯夫、拉祖姆内依:《简明美学辞典》,冯申译,知识出版社 1985 年版。
4. 〔苏联〕鲍列夫:《美学》,常谢枫译,中国文联出版公司 1986 年版。
5. 北京电视台《国际双行线》栏目组:《对话与交流》,文化艺术出版社 2001 年版。
6. 《中国应用电视学》编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社 1993 年版。
7. 蔡帼芬:《明星主持与名牌节目》,中国传媒大学出版社 2004 年版。
8. 陈刚:《当代中国广告史(1979—1991)》,北京大学出版社 2010 年版。
9. 陈国钦、夏光富:《电视节目形态论》,中国传媒大学出版社 2006 年版。
10. 陈默:《电视文化学》,北京师范大学出版社 1998 年版。
11. 程德安:《媒介知识产权》,西南师范大学出版社 2005 年版。
12. 崔保国:《2009 年:中国传媒产业发展报告》,社会科学文献出版社 2009 年版。
13. 崔保国:《2007 年:中国传媒产业发展报告》,社会科学文献出版社 2007 年版。
14. 〔英〕大卫·麦克奎恩:《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》,苗棣、赵长军、李黎丹译,华夏出版社 2003 年版。
15. 〔乌拉圭〕丹尼艾尔·阿里洪:《电影语言的语法》,陈国铎等译,中国电影出版社 1981 年版,第 164 页。

16. 〔美〕丹尼尔·戴扬、伊莱休·卡茨:《媒介事件》,麻争旗译,北京广播学院出版社 2000 年版。
17. 董学文、江溶:《当代世界美学艺术学辞典》,江苏文艺出版社 1990 年版。
18. 方方:《中国纪录片发展史》,中国戏剧出版社 2003 年版。
19. 方汉奇、陈昌凤:《正在发生的历史——中国当代新闻事业》,福建人民出版社 2002 年版。
20. 冯晨:《子夜集》,吉林人民出版社 2001 年版。
21. 〔俄〕弗拉基米尔·雅可夫列维奇·普罗普:《故事形态学》,贾放译,中华书局 2006 年版。
22. 高鑫:《电视艺术学》,北京师范大学出版社 1998 年版。
23. 《广播电视简明辞典》编辑委员会:《广播电视简明辞典》,中国广播电视出版社 1989 年版。
24. 郭宝新:《中国广播电视新闻奖 2003 年度社教佳作赏析》,新华出版社 2005 年版。
25. 国家广播电影电视总局发展改革研究中心:《2006 年中国广播影视发展报告》,社会科学文献出版社 2006 年版。
26. 国家广播电影电视总局发展研究中心:《2007 中国广播电影电视发展报告》,新华出版社 2007 年版。
27. 国家广播电影电视总局发展研究中心:《2008 中国广播电影电视发展报告》,新华出版社 2008 年版。
28. 国家广播电影电视总局发展研究中心:《2009 中国广播电影电视发展报告》,新华出版社 2009 年版。
29. 郭镇之、邓理峰、张梓轩等:《第一媒介——全球化背景下的中国电视》,清华大学出版社 2009 年版。
30. 郭镇之:《电视传播史》,北京师范大学出版社 2000 年版。
31. 郭镇之:《中外广播电视史》,复旦大学出版社 2005 年版。
32. 韩彪:《现场直播——新闻改革的标尺》,当代中国出版社 2006 年版。
33. 韩青、郑蔚:《电视服务节目新论》,中国广播电视出版社 2005 年版。
34. 郝朴宁:《话语空间——广播电视谈话节目研究》,中国社会科学出版社 2005 年版。
35. 何纯:《当代传媒新闻写作教程》,湖南人民出版社 2008 年版。
36. 何苏六:《中国电视纪录片史论》,中国传媒大学出版社 2005 年版。

37. 胡智锋:《电视节目策划学》,复旦大学出版社 2006 年版。
38. 胡智锋:《电视审美文化论》,北京广播学院出版社 2004 年版。
39. 黄会林、彭吉象、张同道、陈旭光、周安华:《电视学导论》,高等教育出版社 2008 年版。
40. 〔美〕吉妮·格拉、汉姆·斯克特:《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》,苗棣译,新华出版社 1999 年版。
41. 江欧利:《中国广播电视新闻奖 2003 年度新闻佳作赏析》,新华出版社 2005 年版。
42. 〔英〕凯文·威廉姆斯:《一天给我一桩谋杀案——英国大众传播史》,刘琛译,上海人民出版社 2008 年版。
43. 雷蔚真、邓力:《电视品牌的策划与创建——〈艺术人生〉透析报告》,中国传媒大学出版社 2008 年版。
44. 雷蔚真:《电视策划学》,中国人民大学出版社 2008 年版。
45. 李丹、李东生:《电视新闻文集》,北京出版社 1998 年版。
46. 李丹:《中国广播电视评奖档案解密(1988—2005)》,新华出版社 2006 年版。
47. 李丹:《中国广播电视评奖档案(1988—2005)》,新华出版社 2006 年版。
48. 李明海、郝朴宁:《中外电视史纲要》,西南师范大学出版社 2007 年版。
49. 李幸:《大众立场——李幸电视批评文集》,中国社会科学出版社 2005 年版。
50. 李智:《情景喜剧——时代景片前的浅笑人生》,中国广播电视出版社 2010 年版。
51. 刘爱清、王锋:《广播电视概论》,中国广播电视出版社 2008 年版。
52. 刘建明:《媒介批评通论》,中国人民大学出版社 2001 年版。
53. 刘习良:《中国电视史》,中国广播电视出版社 2007 年版。
54. 刘洋、林海:《综艺娱乐节目主持概论》,中国传媒大学出版社 2007 年版。
55. 刘智:《新闻文化学》,新华出版社 2001 年版。
56. 〔美〕罗伯特·赫利尔德:《电视广播和新媒体写作》,谢静等译,华夏出版社 2002 年版。
57. 〔加〕马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,商务印书馆 2000 年版。
58. 苗棣、王怡林:《脱口成“秀”——电视谈话节目的理念与技巧》,中国广播电视出版社 2006 年版。
59. 《南都娱乐周刊》:《娱乐 30 年——那些有分量的快乐》,漓江出版社 2009 年版。
60. 〔美〕尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,章艳译,广西师范大学出版社 2004 年版。

61. 聂欣如:《纪录片研究》,复旦大学出版社 2010 年版。
62. 乔云霞:《中国广播电视史》,中国广播电视出版社 2007 年版。
63. 曲春景、〔美〕朱影副:《中美电视剧比较研究》,上海三联书店 2005 年版。
64. 任远:《电视纪录片新论》,中国广播电视出版社 1997 年版。
65. 上海文广新闻传媒集团节目研发中心:《黄金制造——十五位电视制作人访谈》,上海人民出版社 2008 年版。
66. 上海音像资料馆、上海文广新闻传媒集团节目资料中心:《老电视人·口述历史》,学林出版社 2009 年版。
67. 邵奇:《中国电视剧导论》,上海交通大学出版社 2008 年版。
68. 石长顺:《电视栏目解析》,武汉大学出版社 2008 年版。
69. 石长顺:《电视专题与专栏——当代电视实务教程》,复旦大学出版社 2009 年版。
70. 史可扬:《电视栏目和频道辨析》,中山大学出版社 2007 年版。
71. 石屹:《电视纪录片——艺术、手法与中外观照》,复旦大学出版社 2000 年版。
72. 宋杰:《纪录片——观念与语言》,云南大学出版社 2008 年版。
73. 宋强、郭宏:《电视往事——中国电视剧五十年纪实》,漓江出版社 2009 年版。
74. 宋守山:《传媒 30 年》,南方日报出版社 2008 年版。
75. 孙宝国:《十八世纪以前的欧洲文字传媒研究》,黑龙江人民出版社 2005 年版。
76. 孙宝国:《学习的电视》,吉林文史出版社 2006 年版。
77. 孙宝国:《中国电视节目形态研究》,新华出版社 2007 年版。
78. 孙宝国:《中国电视新闻节目形态研究》,新华出版社 2008 年版。
79. 孙宝国:《中国电视娱乐节目形态学》,新华出版社 2009 年版。
80. 孙东海:《广播电视实用辞典》,中国国际广播出版社 1993 年版。
81. 孙立军:《动画艺术辞典》,中国国际广播出版社 2003 年版。
82. 孙玉胜:《十年——从改变电视的语态开始》,生活·读书·新知三联书店 2003 年版。
83. 唐世鼎、黎斌等:《制播体制改革与电视业发展问题研究》,中国传媒大学出版社 2005 年版。
84. 唐世鼎:《中央电视台的第一与变迁(1958—2003)》,东方出版社 2003 年版。
85. 童宁:《电视传播形态论》,四川大学出版社 2003 年版。
86. 王嘉钰、沈萌萌:《曹可凡与〈可凡倾听〉》,复旦大学出版社 2008 年版。
87. 王兰柱:《中国电视节目创新与收视——CSM 收视研究文集(第 1 集)》,中国传媒

大学出版社 2010 年版。

88. 汪文斌、胡正荣:《世界电视前沿》,华艺出版社 2001 年版。
89. 吴冰沁:《新兴贵族——中国电视》,山东文艺出版社 2004 年版。
90. 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院、武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地:《中国媒体发展研究报告》(2008 年卷),武汉大学出版社 2008 年版。
91. 吴信训:《新编广播电视新闻学》,复旦大学出版社 2006 年版。
92. 吴贻弓、李亦中:《影视艺术鉴赏》,北京大学出版社 2004 年版。
93. 项仲平:《电视节目策划》,中国广播电视出版社 2002 年版。
94. 徐光春:《中华人民共和国广播电视简史(1949—2000)》,中国广播电视出版社 2003 年版。
95. 徐瑞青:《电视文化形态论——兼议消费社会的文化逻辑》,中国社会科学出版社 2007 年版。
96. 〔美〕雪莉·贝尔吉:《媒介与冲击》,赵敬松译,东北财经大学出版社 2000 年版。
97. 杨秉林:《电视辞典》,湖北辞书出版社 1989 年版。
98. 杨伟光:《电视论集》,中国文联出版社 2000 年版。
99. 杨伟光:《中国电视论纲》,中国广播电视出版社 1998 年版。
100. 杨伟光:《中央电视台发展史》,北京出版社 1998 年版。
101. 杨晓凌:《解码电视湘军》,中国传媒大学出版社 2009 年版。
102. 叶子:《电视新闻——与事件同步》,北京师范大学出版社 2007 年版。
103. 尹鸿、冉儒学、陆虹:《娱乐旋风——认识电视真人秀》,中国广播电视出版社 2006 年版。
104. 于广华:《中央电视台大事记》(1955.2—1993.3),人民出版社 1993 年版。
105. 俞虹:《节目主持人通论》,中国广播电视出版社 2004 年版。
106. 〔荷兰〕约翰·赫伊津哈:《游戏的人——关于文化的游戏成分的研究》,何道宽译,中国美术出版社 1996 年版。
107. 曾庆瑞:《电视剧原理·第一卷·本质论》,中国传媒大学出版社 2006 年版。
108. 张凤铸、胡妙德、关玲:《中国当代广播电视文艺学》,中国传媒大学出版社 2004 年版。
109. 张凤铸:《中国电视文艺学》,北京广播学院出版社 1999 年版。
110. 张海潮:《中国电视节目分类体系》,中国传媒大学出版社 2007 年版。

111. 张君昌等:《影像中国——当代纪录片理论争鸣与前沿探索》,新华出版社 2009 年版。
112. 张莉、张君昌:《中国电视十佳公共栏目》,新华出版社 2004 年版。
113. 张宇丹、孙信茹:《应用电视学——理念与技能》,云南大学出版社 2003 年版。
114. 张小琴、王彩平:《电视节目新形态》,中国广播电视出版社 2007 年版。
115. 张振华:《求是与求不——广播电视散论》,中国国际广播出版社 2007 年版。
116. 张志安:《报道如何深入——关于深度报道的精英访谈及经典案例》,南方日报出版社 2006 年版。
117. 赵化勇:《中央电视台发展史(1958—1997)》,中国广播电视出版社 2008 年版。
118. 赵化勇:《中央电视台发展史(1998—2008)》,中国广播电视出版社 2008 年版。
119. 赵玉明、王福顺:《广播电视辞典》,北京广播学院出版社 1999 年版。
120. 赵玉明:《中国广播电视通史》,中国传媒大学出版社 2006 年版。
121. 赵振宇:《新闻报道策划》,武汉大学出版社 2008 年版。
122. 郑兴东:《受众心理与传媒引导》,新华出版社 1999 年版。
123. 仲呈祥、陈友军:《中国电视剧历史教程》,中国传媒大学出版社 2009 年版。
124. 中国传媒大学电视与新闻学院:《新闻传播学前沿(2007—2008)》,中国传媒大学出版社 2009 年版。
125. 中国电视剧制作中心研究室:《电视剧研究资料选编》1984 年内刊。
126. 中国广播电视年鉴编辑委员会:《中国广播电视年鉴(2007)》,中国广播电视年鉴社 2007 年版。
127. 中国青少年研究中心:《百年中国儿童》,广东新世纪出版社 2000 年版。
128. 中国社会科学院语言研究所词典编辑室:《现代汉语词典》,商务印书馆 2007 年版。
129. 中国新闻奖评选委员会办公室:《中国新闻奖作品选(2003 年度·第十四届)》,新华出版社 2004 年版。
130. 中国应用电视学编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社 1993 年版。
131. 中央电视台新闻中心:《震撼:媒体回想——5.12 汶川大地震备忘》,中国民主法制出版社 2008 年版。
132. 钟艺兵、黄望南:《中国电视艺术发展史》,浙江人民出版社 1994 年版。

## 二、文章


1. 蔡骧:《关于电视剧的“电影化”和“广播化”》,载《文艺研究》1982 年第 4 期。
2. 曹禺:《永远珍美的玫瑰——看电视连续剧〈四世同堂〉》,载《红旗》1985 年第 16 期。
3. 车佳桓:《手机电视对电视节目形态的变革》,载《声屏世界》2007 年第 3 期。
4. 陈虻:《〈生活空间〉的拍摄理念》,载《电视研究》2000 年第 9 期。
5. 陈瑞娟:《浅析 K 歌节目的流行》,载《青年记者》2009 年第 14 期。
6. 陈怡:《视频新闻——新的传播通道》,载《视听界》2007 年第 3 期。
7. 邓海荣:《试论电视谈话节目主持人语言的精练与冗余》,载《新闻记者》2007 年第 10 期。
8. 董天策:《广东电视的影响力何在?》,载《中国广播电视学刊》2009 年第 4 期。
9. 方汉奇:《赋到沧桑句便工——简论中央电视台里程碑式的汶川震灾报道》,载《电视研究》2008 年第 8 期。
10. 高晓虹:《电视直播报道常态化的重大进步——“汶川地震”电视直播报道带来的思考》,载《现代传播》2008 年第 3 期。
11. 郭全中:《传媒经营 30 年回望》,载《青年记者》2008 年第 16 期。
12. 韩彪:《中国电视新闻史上划时代的标志性事件》,载《电视研究》2003 年第 6 期。
13. 何思翀:《〈新闻联播〉与改革开放 30 年》,载《中国广播电视学刊》2008 年第 10 期。
14. 侯迎忠:《电视民生新闻研究综述》,载《现代传播》2006 年第 5 期。
15. 胡平娟:《电视品牌建设的生长周期》,载《新闻前哨》2005 年第 5 期。
16. 胡絜青、舒乙:《东方的一支纪念曲——谈电视连续剧〈四世同堂〉的上映》,载《北京日报》1985 年 5 月 14 日。
17. 胡智锋、顾亚奇:《〈传奇故事〉的成功之道》,载《中国广播电视学刊》2006 年第 2 期。
18. 胡智锋、顾亚奇:《当前中国电视内容生产的潮流与趋势》,载《中国广播电视学刊》2006 年第 1 期。
19. 胡智锋、周建新:《从“宣传品”、“作品”到“产品”——中国电视 50 年节目创新的三个发展阶段》,载《现代传播》2008 年第 4 期。
20. 黄一鹤:《难忘除夕夜——从 1983 年春节联欢晚会谈起》,载《电视研究》1999 年第 5 期。
21. 黄允:《漫谈电视剧的扬长避短》,载《上海戏剧》1982 年第 4 期。
22. 黄钊:《论先秦人文思潮及其深远影响》,载《湖北社会科学》2009 年第 6 期。

23. 靳智伟:《〈传奇故事〉的电视模式化运营》,载《中国广播电视学刊》2006 年第 2 期。
24. 康征:《〈吃鸡〉钩沉》,载《首播》2009 年第 6 期。
25. 冷冶夫:《纪录片创作的后现代主义倾向》,载《当代电视》2007 年第 5 期。
26. 李风:《保证导向 大胆创新——〈新闻 30'〉开播一周年来的探索之路》,载《中国广播电视学刊》1996 年第 5 期。
27. 李海丽:《纪录片娱乐化初探》,载《山东视听》2006 年第 1 期。
28. 李岚:《机制为王——电视节目创新可持续发展路径探析》,载《视听界》2009 年第 1 期。
29. 李挺:《北京奥运——电视体育的机遇与遗产》,载《电视研究》2008 年第 8 期。
30. 李挺、孙金岭:《记录历史,也记录我们自己——中央电视台新闻中心 5 年的发展历程》,载《电视研究》2003 年第 12 期。
31. 梁蓬飞、殷俊:《客观与真实的异化——电视纪录片〈英与白〉批评》,载《声屏世界》2002 年第 6 期。
32. 梁晓涛:《"灾难"中的媒体崛起》,载《电视研究》2008 年第 8 期。
33. 梁振华:《文本的选择与被选择的文本——略论电视剧〈敌营十八年〉的经典复制》,载《电视研究》2009 年第 5 期。
34. 刘宏:《透视中国电视的娱乐节目热》,载《新闻战线》2000 年第 6 期。
35. 刘可:《春晚破土——1983 年春节联欢晚会诞生始末》,载《北京日报》2008 年 12 月 15 日。
36. 刘习良:《电视纪录片辨析》,载《中国广播电视学刊》2006 年第 3 期。
37. 刘向群:《我看制播分离》,载《媒介方法》2006 年第 4 期。
38. 刘巽达:《"达人秀"何以成为文化事件》,载《光明日报》2010 年 10 月 27 日。
39. 陆地:《制播分离——老话题的新解读》,载《电视研究》2009 年第 4 期。
40. 陆定一:《我们对于新闻学的基本观点》,载延安《解放日报》1943 年 9 月 1 日。
41. 鲁坚:《电视电影:第七艺术的一扁"方舟"》,载《北京电影学院学报》1998 年第 2 期。
42. 罗锋:《电视版权交易:可供深度开发的"厚利润区"——兼析电视版权交易路径选择》,载《现代传播》2009 年第 1 期。
43. 罗明:《面对灾难 电视用实力书写崭新一页》,载《电视研究》2008 年第 8 期。
44. 罗以澄、张昌旭:《数字纪录片——在真实与虚构之间》,载《中国广播电视学刊》2008 年第 3 期。

45. 马玉亭、李楠:《粤派栏目剧创新的"三位一体"》,载《中国广播电视学刊》2009 年第 4 期。
46. 苗棣、任阳梅:《我国电视节目类型的发展与创新》,载《电视研究》2008 年第 10 期。
47. 潘昕:《"克隆剧"也看会抄不会抄 业内人士称无伤大雅》,载《新闻午报》2005 年 2 月 24 日。
48. 潘昕:《〈远东第一监狱〉开播 中国版〈越狱〉不和美剧对决》,载《新闻午报》2007 年 9 月 24 日。
49. 钱海毅:《电视不是艺术》,载《当代电视》1987 年第 4 期。
50. 任达清:《从〈欢乐家庭〉实践看制播分离改革》,载《现代传播》2009 年第 1 期。
51. 任晓润:《时空视阈下看国产电视剧制播模式的衍变》,载《视听界》2008 年第 5 期。
52. 任嫣:《分段播出吊胃口〈大宋提刑官〉借鉴美剧》,载《北京娱乐信报》2005 年 6 月 3 日。
53. 宋蕙芳:《我国儿童媒介发展现状及其分析》,载《青年研究》1997 年第 10 期。
54. 束继东:《美国尼克儿童频道(Nickelodeon)制作理念分析》,载《中国广播电视学刊》2009 年第 3 期。
55. 苏晓春:《电视新闻现场直播的传播优势与特点》,载《中国广播电视学刊》2003 年第 9 期。
56. 孙宝国:《版权营销——节目创收制胜之道》,载《视听界》2010 年第 1 期。
57. 孙宝国:《电视节目三大概念》,载《中国广播电视学刊》2009 年第 10 期。
58. 孙宝国:《关于电视节目形态的创新》,载《现代传播》2007 年第 2 期。
59. 孙宝国:《广电传媒影响力与国家文化软实力》,载《中国广播电视学刊》2007 年第 12 期。
60. 孙宝国:《嘉宾一样是"传者"》,载《新闻战线》2010 年第 3 期。
61. 孙宝国:《试论区域性电视节目元素的内涵与价值》,载《电视研究》2006 年第 9 期。
62. 孙金岭、张晓明:《一部爱国主义教育的生动教材——电视专题片〈纪录中国〉观后感》,载《人民日报》2007 年 11 月 10 日。
63. 孙铭欣:《迪斯尼:打造全球儿童的娱乐王国之路》,载《媒介》2009 年第 1 期。
64. 孙月沐:《短新闻规律论》,载《中国记者》1992 年第 4 期。
65. 谭天:《论电视节目形态构成——一种用于节目研发的理论模型》,载《现代传播》2009 年第 4 期。
66. 谭天:《评论节目的语态变化》,载《中国广播电视理论动态》2008 年第 2 期。

67. 唐英:《论电视文化传播与人文精神的弘扬》,载《西南民族大学学报》2006 年第 5 期。

68. 佟彤:《大将罗瑞卿的女儿罗点点——从急诊室走出的写作者》,载《北京晨报》2001 年 12 月 23 日。

69. 王敬松:《2005—2006 年中国广播影视大奖广播电视节目奖评奖概况及简析》,载《中国广播电视学刊》2008 年第 2 期。

70. 王立刚:《选秀节目有多热》,载《青年记者》2006 年第 17 期。

71. 汪苏华:《我国电视节目的基本分类》,载《当代传播》1997 年第 4 期。

72. 汪文斌:《我们需要什么样的益智节目——〈幸运 52〉、〈开心辞典〉的创作实践和探索》,载《电视研究》2001 年第 2 期。

73. 王亚军、刘何雁:《"故事来自生活 绝对演绎人生"——〈绝对故事〉节目形态浅议》,载《山东视听》2005 年第 2 期。

74. 汪志诚:《中国第一条电视广告诞生记》,载《电视研究》1999 年第 10 期。

75. 汪志诚:《第一条电视广告播出的前前后后——纪念中国电视广告 20 周年》,载《中国广告》1999 年第 2 期。

76. 王忠:《后民生新闻时代的媒体角色——以〈生活帮〉栏目为例》,载《现代传播》2009 年第 4 期。

77. 文锋:《新闻的本质究竟是什么》,载《北京日报》2008 年 4 月 14 日。

78. 吴琼:《2008:中国电视回归年》,载《视听界》2009 年第 1 期。

79. 吴天戈:《我所知道的电视电影》,载《北京电影学院学报》1998 年第 2 期。

80. 谢伟:《模仿的定义、重要性及其分类》,载《科学管理研究》2008 年第 3 期。

81. 辛文山:《从〈现在播报〉看电视新闻的贴近性》,载《新闻战线》2000 年第 3 期。

82. 薛晋文:《电视相亲节目的"时代之潮"与"时代之惑"——从〈非诚勿扰〉和〈我们约会吧〉说开去》,载《中国电视》2010 年第 8 期。

83. 薛晋文:《追讨低俗之源,应重新审视观赏性标准》,载《光明日报》2010 年 9 月 6 日。

84. 颜崇献:《制播分离——谁动谁的奶酪?》,载《媒介方法》2006 年第 4 期。

85. 杨伟光、吕岩梅:《从容"切换"人生精彩 激情"插播"事业华章——杨伟光纵论电视人生(上)》,载《现代传播》2004 年第 4 期。

86. 杨伟光:《重大革命历史题材创作的新高潮》,载《当代电视》2002 年第 4 期。

87. 杨峭立:《论传媒文化的精神品格》,载《光明日报》2005 年 4 月 11 日。

88. 叶姗:《试析电视节目形式的法律保护》,载《知识产权》2002 年第 4 期。
89. 尹鸿、阳代慧:《中国电视剧艺术传统》,载《现代传播》2004 年第 5 期。
90. 尹鸿:《意义、生产与消费——当代中国电视剧的政治经济学分析》,载《现代传播》2001 年第 5 期。
91. 尹鸿:《中国电视剧文化五十年》,载《电视研究》2008 年第 10 期。
92. 应天常:《试论电视晚会的文化定位》,载《南方电视学刊》1997 年第 6 期。
93. 余培侠:《我国少儿电视发展现状与趋势》,载《电视研究》2005 年第 2 期。
94. 岳晓光:《制播分离是新时期电视发展的一种选择》,载《媒介方法》2006 年第 4 期。
95. 张爱凤、李钧:《“电视娱乐化批判”之批判》,载《电视研究》2009 年第 1 期。
96. 张国涛:《长篇时代的电视剧理论研究范式》,载《现代传播》2009 年第 3 期。
97. 张宏、王沁沁:《季播剧的优势与问题分析》,载《现代传播》2009 年第 3 期。
98. 张建新:《营销策略助力品牌栏目——〈新疆羊肉串〉品牌的整合与营销》,载《视听天地》2010 年第 2 期。
99. 张建珍:《关于“逃避”的集体庆典——由〈我爱我家〉谈情景喜剧》,载《中国电视》1998 年第 8 期。
100. 张君昌:《纪录片的历史演变及其生存现状》,载《昆仑声屏》2005 年第 1、2 期。
101. 张明:《记录正在消失的文化》,载《现代传播》2000 年第 6 期。
102. 张宁:《新做法带来新亮点——议 2004 年〈新闻联播〉“两会”报道》,载《电视研究》2004 年第 4 期。
103. 张勇:《〈奥运向前冲〉的传播特征——平民娱乐节目的发展启示》,载《收视中国》2008 年第 10 期。
104. 张志君:《创新精神 平常心态 平等关怀——世界各国电视娱乐节目整体扫描及对中国同行的启示》,载《当代电视》2000 年第 4 期。
105. 张子君:《电视剧集问题初探》,载《文艺研究》1983 年第 3 期。
106. 赵化勇:《发挥电视媒体优势 凝聚抗震救灾力量——中央电视台抗震救灾报道的实践与思考》,载《中国广播电视学刊》2008 年第 6 期。
107. 赵淑萍:《论电视新闻直播报道引发的传播革命》,载《现代传播》2005 年第 5 期。
108. 赵淑萍:《央视应对突发性灾难新闻的创造性举措》,载《中国广播电视学刊》2008 年第 2 期。
109. 郑保卫:《伊拉克战争中的媒体新闻战》,载《国际新闻界》2003 年第 3 期。

110. 仲呈祥、张应辉:《传承与变异——电视艺术美学研究管窥》,载《光明日报》2004年8月18日。

111. “中国纪录片发展战略研究”课题组:《2009年中国纪录片发展研究报告》,载《现代传播》2010年第10期。

112. 中央电视台新闻评论部:《把握生活主流　遵循电视规律　增强传播效果——关于〈焦点访谈〉、〈东方时空·焦点时刻〉的采访与制作》,载《中国广播电视学刊》1995年第8期。

113. 钟艺兵:《短篇电视剧为什么黯淡了?》,载《电视研究》1994年第1期。

114. 周星:《〈电影传奇〉的四个传奇性特色》,载《电视研究》2004年第7期。

115. 周星:《改革开放30年中国电视剧发展要评》,载《现代传播》2009年第1期。

116. 朱虹:《天津电视台完成制播分离》,载《人民日报》2009年4月30日。

117. 朱礼庆:《电视文化娱乐负面效应控制》,载《现代传播》2010年第4期。

118. 朱旭红:《2009年中国电视现象综述——长江学者、中国传媒大学博士生导师胡智锋访谈》,载《电视研究》2010年第1期。

119. 朱羽君:《纪实——震撼人心的美》,载《北京广播学院学报》1991年第3期。

120. 庄殿君:《央视:直播187场次》,载《中国记者》2005年第11期。

# 后 记

本书是笔者承担的国家广播电影电视总局2009年度部级社科研究项目《中国典型电视节目形态研究》(项目编号:GD09071)的最终成果,同时也是吉林省广播电影电视局广播电视应用理论研究系列精品工程的最新成果。

本书吸收了笔者作为课题负责人完成的三个吉林省社会科学基金项目,即《中国电视节目形态研究》(项目编号:2006289)、《中国电视新闻节目形态研究》(项目编号:2008BWX48)、《中国电视娱乐节目形态研究》(项目编号:2009B352)以及中国广播电视协会2009年度学术理论研究项目《中国典型电视娱乐节目形态研究》(项目编号:2009ZGXH0904)的研究成果。

自1994年进入广播电视系统工作以来,我一直浸润在电视节目的采编实践和理论思考之中,这真是难得的人生机缘。我对为我创造了这种机缘的领导、同事、师长、朋友、家人常怀感恩之心。

孙宝国

2011年6月10日

于长春秋实E景佳园寓所